

# Pressemitteilung

(mit den zitierten Quellen im Anhang)

## Justizskandal: Staatsanwälte unternehmen nichts gegen falsche Testsiegel

**Der Generalstaatsanwalt in München bestätigt mit falschen Argumenten die falsche Entscheidung der Staatsanwaltschaft München I**

Kontakt:

Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier

Böblinger Straße 562

70569 Stuttgart

Telefon: 01 77 - 29 33 265

Internet: [www.Deutsche-Justizskandale.de](http://www.Deutsche-Justizskandale.de)

E-Mail: [info@Deutsche-Justizskandale.de](mailto:info@Deutsche-Justizskandale.de)

Stuttgart, den 08.05.2018

Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier hat erstmals am 03.06.2014 Strafanzeige gegen Herrn Alexander Haar, Vorstandsvorsitzender der Loewensprung AG, und seine test.net GmbH erstattet und seitdem seine Strafanzeige mehrfach wiederholt. Die Staatsanwälte unternahmen trotzdem nichts gegen die falschen Testsiegel.

Nach über 3,5 Jahren der Untätigkeit der Staatsanwälte wurde auf die Anregung von Herrn Prof. Jöstingmeier eine entsprechende Frage an die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages gestellt, um das Geschäftsmodell der test.net GmbH und die Untätigkeit der Staatsanwälte rechtswissenschaftlich bewerten zu können.

Die **Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages** haben am 02. Februar 2018 eindeutig festgestellt (siehe Anhang), dass nach § 5 UWG unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstige Marktteilneh-

mer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist unter anderem dann irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben enthält über „die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen“ (§ 5 Absatz 1 Nr. 1 UWG).

Wörtlich schreiben die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages auf Seite 6 Ihres Gutachtens: **„Wenn ein Test gar nicht stattgefunden hat, ist die Werbung mit vermeintlichen „Testergebnissen“ irreführend.“** (siehe Anhang) Diese Feststellung der Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages ist dem Generalstaatsanwalt in München offensichtlich völlig egal (siehe dazu weiter unten).

### **Abgrenzung zum Warenvergleich**

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages stellen fest: Wie sich aus den Spezifikationen des lauterkeitsrechtlichen Testbegriffs ergibt, dürften bloße abstrakte Warenvergleiche den Testbegriff grundsätzlich nicht erfüllen. Bei einem bloßen gestalterischen Aufbereiten von herstellerseitig veröffentlichten Produkteigenschaften in Vergleichstabellen oder ähnlichem und einem hieraus in einem rein abstrakten Modus, also nicht durch die konkret-praktische Prüfung der tatsächlich bei einem Exemplar des Produkts vorhandenen Eigenschaften „abgeleiteten“ Bewertungsergebnis dürfte es sich deshalb nicht um ein Testergebnis im lauterkeitsrechtlichen Sinne handeln. Verbraucher werden durch die geltenden lauterkeitsrechtlichen Regelungen aber nicht nur „vor einer Irreführung durch Werbung mit unzutreffenden oder unvollständigen Testergebnissen geschützt“, sondern auch „vor Werbeanzeigen, die einen Test nur vortäuschen“.

Mit diesem Befund lässt sich in Übereinstimmung bringen, dass laut Medienberichten durch den vzbv abgemahnte Internetportale nunmehr explizit dahingehend zu differenzieren scheinen, ob die jeweiligen Erkenntnisse tatsächlich aus eigenen durchgeführten Untersuchungen herrühren („Tests“) oder lediglich in einem Gegenüberstellen der allgemeinen Produktspezifikationen bestehen („Vergleich“).

Mit dieser Stellungnahme bestätigen die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages die Rechtsauffassung von Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier, die dieser seit dem 03.06.2014 immer wieder in Strafanzeigen gegen Herrn Alexander Haar und seine test.net GmbH an Staatsanwälte gerichtet hat.

## **Die verantwortlichen Staatsanwälte verfügen möglicherweise nicht über die erforderlichen Rechtskenntnisse**

Die verantwortlichen Staatsanwälte verfügen jedoch möglicherweise nicht über die erforderlichen Rechtskenntnisse. Laut Mitteilung von Frau Staatsanwältin Illhardt von der Staatsanwaltschaft München I vom 26.02.2018 wurde das Ermittlungsverfahren gegen Alexander Haar wegen Betruges eingestellt (siehe Anhang).

In den Gründen für die falsche Einstellung des Ermittlungsverfahrens werden von der Staatsanwältin falsche Behauptungen aufgestellt (siehe Anhang):

„Im vorliegenden Fall ist jeweils unter dem test.net Siegel die Erklärung des Zustandekommens der Note ersichtlich. Der Internetnutzer kann lesen, dass es einen test.net-Algorithmus gibt. Wenn ein Angebot eine bessere Ausstattung hat, als ein anderes, bekommt es mehr Punkte. Die Summe aller erreichten Punkte ergibt die Leistungsnote. Für die Preisleistungs-Note wird die Leistung auf den Preis bezogen.“

Diese Behauptung der Staatsanwältin ist nicht richtig. In Wirklichkeit wird auch außerhalb der Internetseite [www.test.net](http://www.test.net) mit den erfundenen „Testsiegeln“ der test.net GmbH geworben, ohne dass dabei die Entstehung der angeblichen „Testnote“ erläutert wird. Dies wird auch ausdrücklich in der von der test.net GmbH angebotenen Lizenzvereinbarung für die Verwendung der test.net-Siegel festgestellt. Die test.net GmbH schreibt selbst dazu:

### **„Das test.net Produktsiegel auf einen Blick**

- **Erhöht** laut einer Studie nachweislich **den Umsatz**.
- **Überschaubare Kosten** durch attraktive Lizenzgebühren.
- Von jedem Anbieter **in allen Medien & Vertriebskanälen nutzbar** - online, print, mobil, stationär.“

Quelle: <https://test.net/das-test-net-produktsiegel.html>

Entnommen: 11.03.2018

Bei der Verwendung der erfundenen Testsiegel **außerhalb** der Internetseiten von [www.test.net](http://www.test.net) der test.net GmbH wird **keine Erklärung des Zustandekommens der Note veröffentlicht**.

Weiter schreibt die Staatsanwältin:

„So steht es auch auf der Internetseite der Fa. Test.net GmbH. Es werden keine Prüflabors vorgehalten und keine Simulationen durchgeführt. Auch das Zustandekommen der Testnote durch algorithmusbasierte Produktvergleiche wird ausführlich erläutert.“

Auch die letztere Behauptung der Staatsanwältin ist falsch. Der von der test.net GmbH behauptete „Algorithmus“ wurde von der test.net GmbH bislang **nicht veröffentlicht**. Das Zustandekommen der angeblichen „Testnote“ wird also gerade **nicht ausführlich erläutert**. Die Staatsanwältin meint mit der von ihr behaupteten ausführlichen Erläuterung wohl die werbemäßige Darstellung der Vergleiche der ungeprüften Herstellerangaben von Produkten auf den Internetseiten der test.net GmbH.

Danach schreibt die Staatsanwältin:

„Da weder Verbraucher noch Kunden, welche das Testsiegel kaufen, über das Zustandekommen der Testnote getäuscht werden, ist hier kein Betrug ersichtlich.“

Die Staatsanwältin versteht möglicherweise nicht, dass sie selbst vorher festgestellt hat, dass die test.net GmbH **keine Tests durchführt** und **keine Prüflabors vorhält** und **keine Simulationen (wie bspw. Stiftung Warentest) durchführt**. Die test.net GmbH führt lediglich Vergleiche ungeprüfter Herstellerangaben von angeblichen Produkteigenschaften durch. Daher handelt es sich bei den durch den angeblichen Algorithmus ermittelten Noten in Wirklichkeit **höchstens um „Vergleichsnoten“**, **jedoch keinesfalls um „Testnoten“**. Die falsche Behauptung der Staatsanwältin, dass die Verbraucher und Kunden nicht über das Zustandekommen der „**Testnote**“ getäuscht würden, ist also schon deswegen falsch, weil es sich um **keine „Testnote“**, **sondern höchstens um eine „Vergleichsnote“ handelt** und die Verbraucher und Kunden schon mit der Bezeichnung „**Testnote**“ getäuscht werden.

Die Staatsanwältin schreibt weiter:

„Unrichtige Angaben sind jedoch in den vorliegenden Fällen nicht ersichtlich, da die jeweiligen Hersteller, die mit dem test.net Testsiegel werben, keine unrichtigen Angaben machen, da ihre Produkte Gegenstand des Testverfahrens der Fa. Test.net waren.“

Die Staatsanwältin hat selbst festgestellt, dass die test.net GmbH keine Tests, sondern nur Vergleiche durchführt. Sie hat in ihrem Schreiben selbst festgestellt, dass die test.net GmbH keine Prüflabors vorhält und keine Simulationen durchführt. Sie hat selbst festgestellt, dass die

test.net GmbH Herstellerangaben lediglich mit einem (angeblichen) Algorithmus vergleicht und nicht testet.

Trotzdem behauptet sie falsch: „da ihre Produkte Gegenstand des Testverfahrens der Fa. Test.net waren.“

Schließlich fasst die Staatsanwältin zusammen:

„Darüber hinaus sind die Angaben auch nicht irreführend, da das Testverfahren ausführlich auf den Internetseiten der Fa. Test.net genau beschrieben wird.“

Diese Behauptung der Staatsanwältin ist wieder falsch! In Wirklichkeit handelt es sich um **kein Testverfahren**, sondern nur um ein Vergleichsverfahren mit einem angeblichen Algorithmus. Die Staatsanwältin behauptet darüber hinaus falsch, dass das nicht vorhandene Testverfahren „ausführlich auf den Internetseiten der Fa. Test.net genau beschrieben wird.“ Das Vergleichsverfahren wird jedoch in Wirklichkeit weder ausführlich noch genau von der test.net GmbH beschrieben, da diese den **angeblichen Algorithmus bislang nicht veröffentlicht hat. Obwohl die Staatsanwältin den angeblichen Algorithmus gar nicht kennt, behauptet sie falsch, dass das nicht existierende Testverfahren ausführlich und genau auf den Internetseiten der test.net GmbH beschrieben werde!**

Es ist fraglich, ob es den angeblichen Algorithmus überhaupt gibt. Entscheidend ist jedoch die Feststellung, dass es sich – selbst wenn der Algorithmus existieren sollte – nicht um ein Testverfahren, sondern lediglich um ein Vergleichsverfahren zum Vergleich von ungeprüften Herstellerangaben handelt.

Da auch ein Laie unmittelbar den Unterschied zwischen tatsächlichen Tests beispielsweise der Stiftung Warentest und dem ausschließlichen Vergleich ungeprüfter Herstellerangaben verstehen kann, ist es nicht nachvollziehbar, dass die verantwortlichen Staatsanwälte seit mehreren Jahren diesen Unterschied nicht verstehen.

Der Generalstaatsanwalt in München stellt sich in seinem Schreiben vom 26.04.2018 (siehe Anhang) voll hinter die falschen Behauptungen der Staatsanwaltschaft München I. Auch er schreibt wieder ungerührt von „Testnote“ und „Testverfahren“ (Seite 2 des Schreibens, siehe Anhang), obwohl er ganz genau weiß und selbst feststellt, dass die test.net GmbH überhaupt keine Tests durchführt.

Unglaublich, wie der Generalstaatsanwalt in München sich selbst mehrfach in nur einem einzigen Satz widerlegt, ganz so wie Kabarettisten es üblicherweise tun:

**„dass das Testverfahren auf einem bloßen Angebotsvergleich beruht, der sich auf die ungeprüfte Übernahme der Händlerangaben der geprüften Produkte beschränkt.“** (Seite 2 des Schreibens, siehe Anhang)

Wenn es nicht so ernst wäre, müsste man vermuten, dass der Generalstaatsanwalt einen Scherz machen möchte, denn

- erstens bezeichnet er das Vergleichsverfahren falsch als **„Testverfahren“**,
- zweitens stellt er in demselben Satz fest, dass es sich um **kein Testverfahren**, sondern nur um einen **„bloßen Angebotsvergleich“** handelt,
- drittens stellt er fest – und diese Feststellung hat eine herausragende Bedeutung - , dass sich der bloße Angebotsvergleich der test.net GmbH auf eine **„ungeprüfte Übernahme der Händlerangaben“** beschränkt,
- viertens widerlegt der Generalstaatsanwalt sich selbst ein zweites Mal, indem er falsch von **„geprüften“** Produkten schreibt, obwohl er selbst fünf Wörter vorher selbst festgestellt hat, dass der bloße Angebotsvergleich sich lediglich auf die **„ungeprüfte Übernahme von Händlerangaben“** beschränkt.

**Selbst einem Kabarettisten würde es schwerfallen, sich selbst so oft in einem einzigen Satz zu widersprechen.** Die Pressefreiheit und Meinungsfreiheit beinhaltet – so haben es Staatsanwälte selbst festgestellt – dass eine Karikatur oder Satire keine Beleidigung ist, wenn "die Überzeichnung menschlicher Schwächen" keine "ernsthafte Herabwürdigung der Person" enthalte. Mit dieser Pressemitteilung wird keine ernsthafte Herabwürdigung der Personen von Staatsanwälten beabsichtigt, sondern es soll nur das große Erstaunen über menschliche Fehlleistungen von Staatsanwälten zum Ausdruck gebracht werden.

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages hatten dagegen auf Seite 6 ihres Gutachtens eindeutig festgestellt: **„Wenn ein Test gar nicht stattgefunden hat, ist die Werbung mit vermeintlichen „Testergebnissen“ irreführend.“** (siehe Anhang)

Dieser Zusammenhang ist einfach zu verstehen, aber offensichtlich nicht für jeden.

## Hintergrund-Informationen

Die test.net GmbH (siehe [www.test.net](http://www.test.net) ) stellt seit 2014 erfundene Testsiegel her und verkauft diese auch (siehe <https://test.net/das-test-net-produktsiegel.html> ).

Zur Beurteilung der Produkte werden ausdrücklich keine Tests durchgeführt. Auf der Homepage der Domain [www.test.net](http://www.test.net) wird festgestellt, dass die test.net GmbH keine Prüflabore nutzt, keine Prüfer beschäftigt und keine Simulationen durchführt:

Screenshot-Ausschnitt der Homepage:

- Kein Prüflabor
- Keine Simulationen
- Keine durch Menschen ermittelten Testsieger

Quelle: [www.test.net](http://www.test.net) . Entnommen: 15.01.2018

Stattdessen werden lediglich Vergleiche zwischen Produkten hergestellt.

Selbst diese Vergleiche werden jedoch nicht anhand physischer Produktqualitäten durchgeführt, sondern lediglich anhand ungeprüfter Herstellerangaben, die ungeprüften Datenblättern aus dem Internet entnommen werden.

Bei diesen Herstellerangaben werden lediglich Werte verglichen.

Diese Vergleiche ungeprüfter Daten können jedoch nicht als „Tests“ im Sinne des deutschen Sprachgebrauchs bezeichnet werden.

Dennoch wirbt die test.net GmbH mit dem Begriff „Test“ hundertfach im Internet.

Sogar durch ihre eigene Bezeichnung „test.net GmbH“ ruft die test.net GmbH einen Irrtum bei den Verbrauchern hervor, indem die Verbraucher davon ausgehen, dass die test.net GmbH tatsächlich Tests durchführt.

Auch die Ergebnisse der Vergleiche ungeprüfter Herstellerdaten werden von der test.net GmbH hundertfach im Internet als „Testergebnis“ bezeichnet.

Die test.net GmbH gehört zur Unternehmensgruppe von Herrn Alexander Haar. Die Unternehmensgruppe von Herrn Alexander Haar besteht zum größten Teil aus Internet-Marketingagenturen. Mit Hilfe der erfundenen „Testsiegel“ erhöhen die Marketing-Agenturen von Herrn Alexander Haar die Umsätze ihrer Kunden, indem die „Testsiegel“ zur Beein-

flussung der Verbraucher auch außerhalb der Domain www.test.net neben Produkten platziert werden, um die Verbraucher durch eine gute Produktbeurteilung auf dem „Testsiegel“ zum Kauf des jeweiligen Produktes zu bewegen.

Ausdrücklich sieht die Lizenzvereinbarung der test.net GmbH vor, dass die Unternehmungen, die ein „Testsiegel“ von der test.net GmbH kaufen, das „Testsiegel“ überall verwenden dürfen, also auf allen verfügbaren Domains, auf Produkten, im Einzelhandel, auf Plakaten, in Broschüren etc.:

## Das test.net Produktsiegel

Produzenten, Händler und Onlineshop-Betreiber haben es nicht leicht mit ihrer kritischen und umfassend informierten Klientel. Ein beliebtes Marketinginstrument im Kampf um die Kunden sind Güte-, Qualitäts-, Test- bzw. Prüfsiegel, die als sogenannte Trustelemente fungieren. Sie bieten eine gute Gelegenheit, die Sichtbarkeit und Attraktivität der Produkte zu erhöhen, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und die Umsätze zu steigern. Vorausgesetzt, sie funktionieren und die Lizenzgebühren für die Nutzung des Siegels liegen in einem akzeptablen Rahmen.



### Die guten Nachrichten:

1. Die Gebühren für das test.net Siegel belaufen sich auf einen Bruchteil dessen, was Lizenznehmer jährlich für das bekannteste Prüfsiegel Deutschlands, das der Stiftung Warentest, ausgeben müssen.
2. Das test.net Produktsiegel funktioniert – sogar besser, als das der Stiftung Warentest - und dafür gibt es gute Gründe und handfeste Belege.

Das test.net Produktsiegel ist anders als die anderen...

### Das test.net Produktsiegel auf einen Blick

- **Erhöht** laut einer Studie nachweislich **den Umsatz**.
- **Überschaubare Kosten** durch attraktive Lizenzgebühren.
- Von jedem Anbieter **in allen Medien & Vertriebskanälen nutzbar** - online, print, mobil, stationär.
- Lizenz bei Auslaufen des Produkts **kündbar**.
- **Hoher Wiedererkennungswert**, durch grafisch optimiertes Logo im "Made-in-Germany" Stil.
- Extrem **glaubwürdig** durch mathematischen Ansatz.
- **Hohe Akzeptanz** bei online-affinen Käufern durch zeitgemäßes, algorithmusbasiertes Testkonzept.

Quelle: <https://test.net/das-test-net-produktsiegel.html>

Entnommen: 15.01.2018



Die Umsatzsteigerung durch die erfundenen „Testsiegel“ hat Herr Alexander Haar auch mit seiner Unternehmung werbeagentur.com AG bewiesen (siehe <https://test.net/upload/wa-Studie.png> ).

Gleichzeitig wird Stiftung Warentest diffamiert und es wird behauptet, dass die erfundenen „Testsiegel“ der test.net GmbH den Umsatz der Unternehmungen stärker steigen lassen als die Testsiegel der Stiftung Warentest.

Gleichzeitig wird von der test.net GmbH ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die erfundenen „Testsiegel“ der test.net GmbH billiger sind als die Testsiegel der Stiftung Warentest (was logisch ist, weil die test.net GmbH nur geringe Kosten hat, weil sie keine Tests durchführt, und die Stiftung Warentest hohe Kosten hat, weil sie Tests durchführt).

### **Logische Zusammenhänge**

Die physische Überprüfung eines Produktes durch einen mathematischen Algorithmus scheitert an logischer Unmöglichkeit. Ein Produkttest ist nur so möglich, wie die Stiftung Warentest dies vollzieht: Im Prüflabor werden bspw. Farbe, Geruch, Konsistenz, Widerstandsfähigkeit etc. des Produktes überprüft. Es finden physische Tests zur Überprüfung auf Schadstoffe und auf Gefahren bei der Anwendung des untersuchten Produktes für die Verbraucher statt. Dies kostet die Stiftung Warentest sehr viel Zeit und Geld. Dabei wird die Stiftung Warentest durch eine unabhängige Stiftung finanziert und ist auf den Verbraucherschutz hin ausgerichtet.

Die test.net GmbH wird dagegen durch den Unternehmer Herrn Alexander Haar finanziert und ist auf die Gewinnmaximierung seiner Unternehmungen hin ausgerichtet.

Was kann man mit einem mathematischen Algorithmus tun? Man kann Werte eingeben und erhält als Ergebnis Werte. Beispielsweise können die Preise eines bestimmten Produktes auf den Seiten unterschiedlicher Internetanbieter verglichen werden. Solche **Preisvergleichsseiten** gibt es in großer Anzahl im Internet; keine der bekannten Preisvergleichsseiten im Internet belügt jedoch die Kunden mit der falschen Behauptung, die Preisvergleiche seien „Tests“.

Man kann auch mit den Variablen „1“ und „0“ arbeiten, wenn man einfach den Hersteller-Angaben oder Händler-Angaben über bestimmte Produkteigenschaften vertraut. Dann könnte man bspw. sagen, dass das Produkt A laut Behauptung des Herstellers die Eigenschaft X besitzt, wofür in den mathematischen Algorithmus der Wert „1“ eingegeben wird,

während das Produkt B die Eigenschaft X laut Behauptung des Herstellers nicht besitzt, wofür in den mathematischen Algorithmus der Wert „0“ eingegeben wird. Ergebnisse solcher Analysen wären Vergleiche von Hersteller-Angaben bzw. Händler-Angaben bzw. Behauptungen.

Dies sind jedoch keine Tests! Laut Duden ist ein Test ein

*„nach einer genau durchdachten Methode vorgenommener Versuch, Prüfung zur Feststellung der Eignung, der Eigenschaften, der Leistung o. Ä. einer Person oder Sache“.*

Der Duden nennt als Beispiele

*ein wissenschaftlicher, klinischer, psychologischer Test*

*einen Test aus-, erarbeiten*

*Werkstoffe gründlichen Tests unterziehen*

Quelle: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Test>

Im Bereich des Verbraucherschutzes ist ein Test die Überprüfung eines Produktes oder einer Dienstleistung auf Funktionsfähigkeit und Schadlo-sigkeit für den Verbraucher oder Nutzer. All dies kann ein mathemati-scher Algorithmus, der ungeprüfte Hersteller- und Händlerangaben übernimmt, nicht. Die test.net GmbH führt keine Tests durch.

## **Werbung der test.net GmbH zu Lasten von Stiftung Warentest**

Die test.net GmbH versucht, Unternehmungen mit dem Argument niedri-gerer Kosten und höherer Werbeerfolge zum Wechsel von Stiftung-Warentest-Siegeln zu den erfundenen „Testsiegeln“ der test.net GmbH zu bewegen:

Ausschnittvergrößerung:

## TargetScale 2 Körperanalysewaage mit Zielfunktion

Produktübersicht

Online-Hilfe-Center



TargetScale 2 Körperanalysewaage mit Zielfunktion  
Schneller zum Wunschgewicht

- Präzise Bestimmung von Gewicht, Body Mass Index (BMI), Anteil an Körperfett und -wasser sowie Muskel- und Knochenmasse
- Individuelle Definition des Zielgewichts von bis zu 4 Nutzern
- Lichtringe visualisieren die aktuelle Differenz zum Zielgewicht
- Automatische Erkennung von bis zu 8 Nutzern
- Athleten-Modus für Sportler
- Mit Aktiv-Matrix-Display
- 3 Jahre Garantie
- **Testergebnis bei test.net: Sehr Gut**

Erweiterte Funktionen mit der VitaDock® App:

- Zusätzliche Bluetooth-Schnittstellen für weitere Nutzer

test.net Testsiegel auf Homepage

### Die guten Nachrichten:



1. Die Gebühren für das test.net Siegel belaufen sich auf einen Bruchteil dessen, was Lizenznehmer jährlich für das bekannteste Prüfsiegel Deutschlands, das der Stiftung Warentest, ausgeben müssen.
2. Das test.net Produktsiegel funktioniert – sogar besser, als das der Stiftung Warentest – und dafür gibt es gute Gründe und handfeste Belege.

Quelle: <https://test.net/das-test-net-produktsiegel.html>

## Erfindung einer Schutzbehauptung

Die Unternehmungen von Herrn Alexander Haar haben folgende Schutzbehauptung entwickelt: Es gebe nicht nur den mathematischen Algorithmus, sondern auch einige tausend Nutzer, deren Bewertungen in den mathematischen Algorithmus einfließen würden.

Dies wird auch in einer „Studie“ behauptet, die immer noch Unternehmungen, die die test.net GmbH als Kunden für ihre erfundenen „Testsiegel“ gewinnen will, auf der Internetseite

<https://test.net/dokumente.html>

als sogenannte „Studie der werbeagentur.com AG, München, 2014“ angeboten wird. Dabei wird dem Leser verborgen, dass die werbeagentur.com AG genauso wie die test.net GmbH eine weitere Unternehmung von Alexander Haar ist.

Screenshot-Ausschnitt:

## Dokumente

### Dokumente zum Download

#### Trust-Elemente im E-Commerce

Studie der werbeagentur.com AG, München, 2014 [Download](#)

Quelle: <https://test.net/dokumente.html>

Entnommen: 15.01.2018

Die Schutzbehauptung, dass einige tausend Nutzerbewertungen mit dem mathematischen Algorithmus kombiniert werden, ist höchstwahrscheinlich falsch und wird von der test.net GmbH wohl auch nicht mehr aufrechterhalten, wie sich aus der Analyse der Internetseiten der test.net GmbH ([www.test.net](http://www.test.net)) ergibt. Hier wird nur noch von dem angeblichen mathematischen Algorithmus gesprochen, mit dem man keine Tests durchführen kann:

Screenshot von <https://test.net/der-test-net-algorithmus.html> :

Menschen interpretieren wahrgenommene Informationen. Auch Produktprüfer. Für den einen ist die Farbe Mintgrün, ein anderer sieht Blaugrün. Für den einen liegt der Bohrschrauber gut in der Hand, ein anderer findet ihn tendenziell unhandlich usw. Im schlimmsten Fall bedeutet das: fünf Tests, fünf Prüfer, fünf Meinungen und viele ratlose Verbraucher.

Der test.net-Algorithmus interpretiert nicht, weil er es nicht kann. Er kann nur zählen und messen.

## Ein Fels in der Brandung

Ob sich ein Bedienelement eventuell an einer unzugänglichen Stelle befindet, kann der test.net Algorithmus zwar nicht beurteilen, aber dafür ist er absolut unbestechlich. Denn er vergleicht nicht Produkte, sondern ausschließlich von den Produkten losgelöste Produkteigenschaften. Er arbeitet präzise, Schritt für Schritt und unbeirrbar seine Mess- und Zählaufgaben ab.

Damit bildet der test.net Algorithmus einen festen Bezugspunkt für die Bewertung von Produkten. Wie ein Fels in der Brandung nimmt er die Aus- und Bewertung nach dem immer gleichen Prozedere vor. Das macht die Tests objektiv und neutral. Denn ein Produkt ist nun einmal, wie es ist. Es wird nicht besser oder schlechter, nur weil ein anderer Prüfer es in der Hand hatte.

Quelle: <https://test.net/der-test-net-algorithmus.html>

Entnommen: 15.01.2018

„Ob sich ein Bedienelement eventuell an einer unzugänglichen Stelle befindet, kann der test.net Algorithmus zwar nicht beurteilen, ...“

Quelle: <https://test.net/der-test-net-algorithmus.html>

Entnommen: 15.01.2018

In der Werbung auf den Internetseiten der test.net GmbH wird mit einer Aneinanderreihung unsinniger Aussagen verschleiert, dass die angeblichen „Testergebnisse“ der test.net GmbH keine Aussagekraft haben.

Nehmen wir die soeben zitierte Textstelle als Beispiel: Ein Produkt mit einem sehr wichtigen Bedienelement an einer unzugänglichen Stelle würde von Stiftung Warentest die Note „Mangelhaft“ erhalten. Da die test.net GmbH jedoch, wie sie immer wieder zugibt, überhaupt keine Tests durchführt, kann sie dieses mangelhafte Produkt aufgrund der Herstellerangaben, die nicht hinterfragt werden, mit der Note „sehr gut“ bewerten.

## **Entlarvung der Schutzbehauptung**

Um die Schutzbehauptung von Herrn Alexander Haar und seinen Unternehmungen einer angeblichen Nutzerbefragung auch aus logischer Sicht als falsch zu entlarven, ist der folgende logische Zusammenhang zu beachten:

**Eine Produktnutzung durch Nutzer ist kein Test!**

Sonst könnte auch die Stiftung Warentest alle Prüflabore schließen, alle Simulationen beenden, alle Mitarbeiter entlassen und stattdessen Meinungsumfrageinstitute beauftragen, um die Meinung von Kunden zu von ihnen gekauften und benutzten Produkten zu ermitteln.

Ein Test der Stiftung Warentest dient jedoch insbesondere dazu, Nachteile und Gefahren von Produkten und Dienstleistungen zu entdecken, die Käufern bei Kauf und Nutzung gar nicht oder erst verspätet auffallen. Dazu zählt bspw. die Schadstoffbelastung bestimmter Spielzeuge mit krebserregenden Stoffen, die Schadstoffbelastung von Kinderschokolade in Weihnachtskalendern und bei ADAC-Tests die Sicherheit von Auto-Kindersitzen bei schweren Unfällen. Alle diese zunächst unsichtbaren Gefahren können mit Tests, Prüfungen und Simulationen ermittelt werden.

Diese Gefahren können jedoch nicht oder nur in äußerst geringem Maße mit Kundenbefragungen ermittelt werden. Bspw. ist die Schadstoffbelastung von Spielzeugen mit krebserregenden Stoffen für den durchschnittlichen Verbraucher nicht erkennbar – eine Kundenbefragung wird zu keinem diesbezüglichen Resultat führen. Auch bspw. die Schadstoffbelastung von Kinderschokolade ist vom durchschnittlichen Verbraucher nicht erkennbar. Die Sicherheit von Auto-Kindersitzen bei schweren Unfällen, wie sie bspw. vom ADAC getestet wird, könnte bei einer Befragung von Kunden ohne Tests nur dann zu relevanten Ergebnissen führen, wenn die Unfälle bereits passiert sind und die Kunden Verletzungen oder den Tod ihrer Kinder melden könnten.

Mit Tests wollen Stiftung Warentest, ADAC und andere seriöse Testorganisationen die Kunden und Verbraucher **vor solchen Schäden bewahren**. Eine Kundenbefragung, wie sie von der test.net GmbH als Schutzbehauptung genannt wird, kann dagegen nur zu relevanten Ergebnissen führen, **wenn die Schäden bereits eingetreten sind!**

## **Umfangreiche Täuschung von Kunden und Verbrauchern**

Die test.net GmbH verursacht mit ihren erfundenen „Testsiegeln“ das ungerechtfertigte Vertrauen der Verbraucher, dass die mit den erfundenen „Testsiegeln“ ausgezeichneten Produkte auch tatsächlich getestet wurden, was in Wirklichkeit nicht der Fall ist.

Die Öffentlichkeit, Kunden, Verbraucher und Unternehmungen werden durch die Verwendung der Bezeichnungen

test.net GmbH

www.test.net

Test

Testergebnis

Testsiegel

Testsieger

arglistig getäuscht.

Die test.net GmbH veröffentlicht und verbreitet im Internet sogenannte „Testergebnisse“ und „Testsiegel“. Die test.net GmbH führt jedoch nach eigenen Angaben keinerlei Tests durch. Sie besitzt keine Prüflabors. Sie führt keine Simulationen durch. Sie beschäftigt keine Prüfer. Alle diese Aussagen werden von der test.net GmbH auf ihren eigenen Internetseiten [www.test.net](http://www.test.net) schriftlich bestätigt.

## **Finanzielle Einnahmen durch die Täuschung der Öffentlichkeit**

Aus ihrer Täuschung generiert die test.net GmbH auf mehreren Wegen finanzielle Einnahmen:

(1) Einnahmen aus dem Verkauf der erfundenen „Test“-Siegel,

(2) Einnahmen aus den Produktverkäufen über die Amazon-Links, die auf den [www.test.net](http://www.test.net)-Internetseiten der test.net GmbH veröffentlicht

sind. Für jeden Verkauf über diese Amazon-Links erhält die test.net GmbH eine finanzielle Beteiligung. Beispiel für einen Amazon-Link auf [www.test.net](http://www.test.net):

## Original Pezzi Standard

Das Angebot Original Pezzi Standard aus der Kategorie Gymnastikbälle hat im Test die Note sehr gut (44,9) erreicht und liegt damit auf Platz 1 von 22.

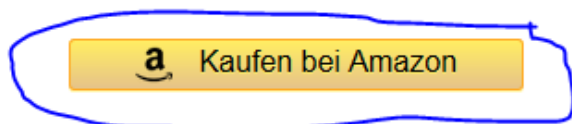
### Was ist besonders an diesem Produkt

- Minimal Wert von Abmessungen Durchmesser: 42. 65. 53. 75 cm
- Das einzige Produkt mit Marke Original Pezzi

### Testergebnis



Rang: 1 von 22 Produkte  
**test.net:** **sehr gut (44,9)**  
Leistung: sehr gut (64,7)  
Preisleistung: sehr gut (25,1)  
**Preis:** **EUR 20,39**



Quelle: <https://test.net/gymnastikballe/original-pezzi-standard>

Entnommen: 15.01.2018

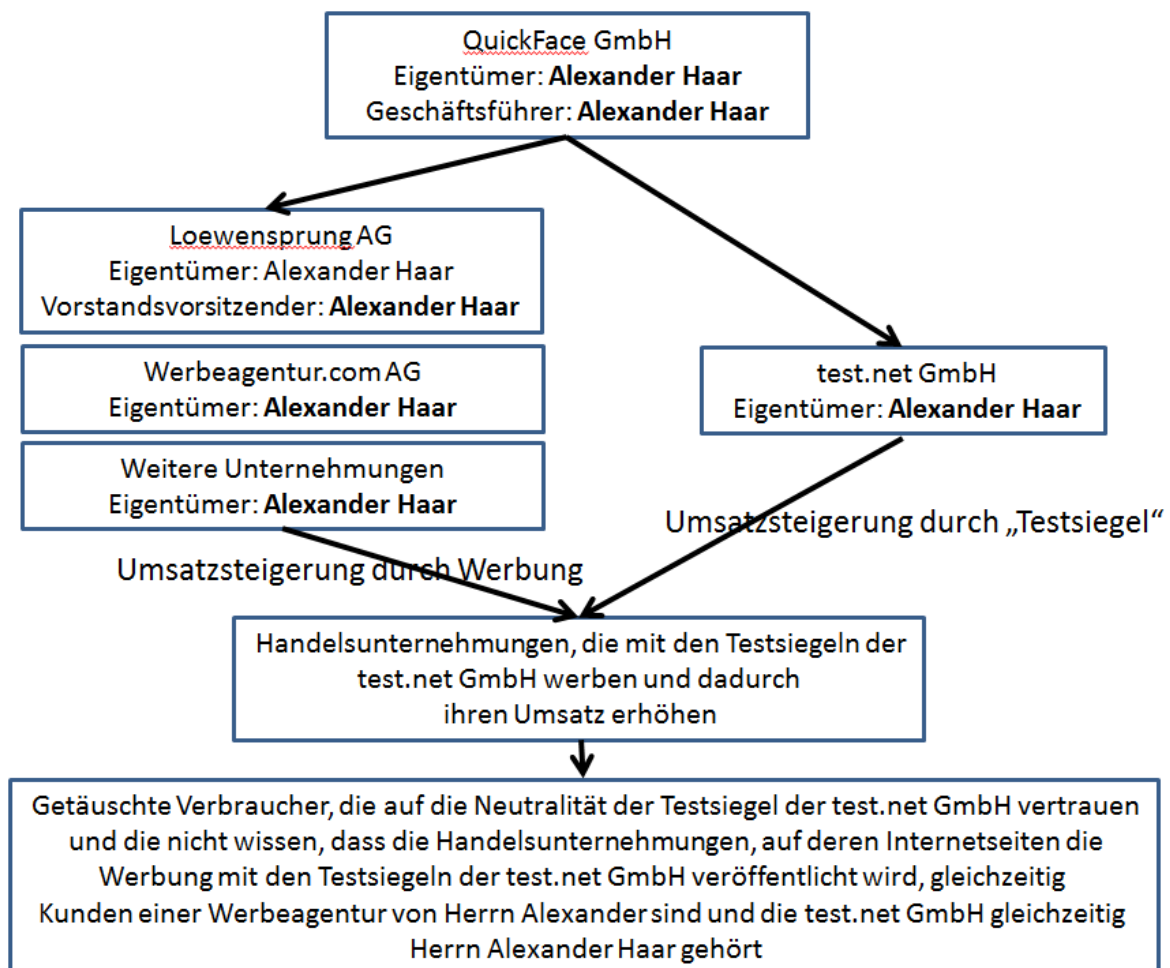
(3) Einnahmen aus dem Einsatz der irreführenden „Test“-Siegel auf den Homepages der Unternehmungen (Hersteller und Händler), die diese Produkte bewerben und verkaufen, da sich die beiden Unternehmen Loewensprung AG und werbeagentur.com AG, beides Unternehmungen von Herrn Alexander Haar, prozentual an den durch die irreführende Werbung hervorgerufenen Umsatzsteigerungen beteiligen lassen.

(4) Einnahmen durch die Akquisition zusätzlicher Kunden mithilfe Unlauteren Wettbewerbs, weil die Internetagentur werbeagentur.com AG von Herrn Alexander Haar mit Hilfe der test.net GmbH nicht nur verkaufsför-



dernde Internet- und Homepagegestaltungen anbieten kann, sondern auch erfundene Testsiegel zur Verkaufsförderung anbieten kann. So macht die werbeagentur.com AG von Herrn Alexander Haar in ihrer „Studie der werbeagentur.com AG, München, 2014“ ausdrücklich Werbung für die test.net GmbH von Herrn Alexander Haar und für die erfundenen „Test“-Siegel.

Durch alle genannten Einnahmequellen wirken sich die fiktiven positiven Testurteile nicht nur positiv auf die Umsätze der Unternehmungen aus, die von Herrn Alexander Haar und seinen Werbeagenturen betreut werden, sondern steigern unmittelbar auch die Einnahmen von Alexander Haar selbst:



Die folgende angeblich wissenschaftliche „Studie“ wurde von der werbeagentur.com AG, einer Unternehmung von Herrn Alexander Haar, erstellt, um – scheinbar neutral, so als ob die werbeagentur.com AG und die test.net GmbH nicht beide im Eigentum von Herrn Alexander Haar ständen – zum Nachteil von Stiftung Warentest für die erfundenen „Test-siegel“ der test.net GmbH zu werben:



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



**werbeagentur.com AG**

Palais an der Oper  
Maximilianstraße 2  
80539 München  
info@werbeagentur.com  
Tel.: 089 2155 3335

**Vorstand**

Peter Fels (CEO), Thomas Tebbel

**Aufsichtsrat**

Dr. Ulrike Welle (Vorsitzende)  
Prof. Dr. Antje Düsterhöft  
Frank Kirchbauer

**Amtsgericht München**

Registernummer: HRB: 208163  
Deutsche Bank München  
IBAN: DE20 7007 0010 0273 1305 00  
BIC: DEUTDE33HAN

USt.-IdNr.: DE291213422

Quelle: Studie\_testnet\_201401.pdf, Seite 1

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

**Splicetests ergeben eine Margendifferenz von über 50 Prozent!  
Dabei schlägt David Goliath: Das test.net-Siegel beschert dem Shopbetreiber monatlich  
10.000 Euro mehr Gewinn als das „Stiftung Warentest“-Siegel.**

Die *werbeagentur.com AG*, München ist eine Multi-Channel-Werbeagentur. Gerade im Onlinebereich besitzt sie Expertise, die sie Unternehmen und Organisationen aus allen Wirtschaftszweigen zur Verfügung stellt.



Die *test.net GmbH* bewertet Produkte und Dienstleistungen anhand eines mathematischen Algorithmus und der Auswertung von Nutzerbeiträgen. Die Ergebnisse dieses, auf dem europäischen Markt gänzlich neuen Ansatzes stellt test.net auf dem gleichnamigen Internetportal kostenlos zur Verfügung. Wie die Stiftung Warentest finanziert sich auch die *test.net GmbH* über die Lizenzverwertung ihres Siegels. Die Stiftung Warentest führt vergleichende Produkttests durch und besitzt das wohl bekannteste Prüfsiegel in Deutschland.

Im Rahmen einer Marktanalyse im Bereich „Trustelemente im Internet“ hat die *werbeagentur.com AG* das Siegel der *test.net GmbH* auf den Wert als Trustelement für den E-Commerce-Bereich untersucht. Die Ergebnisse sind in der folgenden Studie aufbereitet.

### Testdesign

Die Analyse der Siegel soll mittels eines vergleichenden Tests zwischen dem Siegel der Stiftung Warentest und dem der *test.net GmbH* durchgeführt werden. Die empirische Bewertung zweier Alternativen wird in der E-Commerce-Branche üblicherweise mittels Splicetests durchgeführt. Dazu werden zwei, bis auf das zu prüfende Element identische Internetseiten aufgesetzt. Auf beiden Varianten der Seite wird über einen Versuchszeitraum die gleiche Anzahl von Besuchern geleitet. Auf den Seiten sollen die Besucher eine Aktion abschließen. Anhand der Anzahl der Besucher, die tatsächlich die gewollte Aktion ausführen, wird die Wirksamkeit des getesteten Elements beziffert.

Im vorliegenden Beispiel wurde ein Splicetest in einem laufenden Onlineshop aufgesetzt. Der Onlineshop gehört zu einem mittelständischen OEM-Unternehmen

und generiert im Jahr Umsätze im siebenstelligen Euro-Bereich. Damit liegt er im deutschlandweiten Durchschnitt und kann als repräsentativ angenommen werden.

Die Aktion, an der der Wert der beiden Testkandidaten beziffert werden soll, ist der Abschluss des Kaufvorgangs. Der Umsatz, die Marge, sowie die Conversion können so genau ermittelt und gegenübergestellt werden.

Die Testperiode erstreckt sich auf zehn Tage im Januar 2014. Durch die Verteilung der Besucher auf die beiden Seitenvarianten können periodische Einflüsse auf die Testergebnisse weitestgehend ausgeschlossen werden. Darüber hinaus ist auch die Testperiode über zehn Tage so gewählt, dass auch eventuelle wöchentliche Schwankungen ausgeglichen werden.

Für das beworbene Produkt liegen die Lizenzen für das Siegel der Stiftung Warentest sowie für das Siegel der *test.net GmbH* vor. Ceteris paribus wurde der Versuch durchgeführt und alle Werte über die Versuchsdauer aufgenommen.

Testsiegel	Stiftung Warentest	test.net	Differenz (abs.)	Differenz (rel.)
Besucher [#]	4.863	4.863	0	0,00%
Bestellungen [#]	175	247	72	41,14%
Umsatz [EUR]	50.024,84	77.120,45	27.095,61	54,16%
Marge [EUR]	6.334,80	9.511,43	3.176,63	50,15%
Conversion [Prozent]	3,59	5,08	1,49	41,50%
Umsatz / Besucher [EUR]	10,29	15,86	5,57	54,16%
Marge / Besucher [EUR]	1,30	1,96	0,65	50,15%
Umsatz / Bestellung [EUR]	285,86	312,23	26,37	9,23%
Marge / Bestellung [EUR]	36,20	38,51	2,31	6,38%

Tabelle 1: Ergebnisse des Splicetests

## Beobachtungen

Tabelle 1 zeigt die jeweiligen Mittelwerte der gesammelten Daten.

**a)** Beide Seitenvarianten wurden von 4.863 Nutzern besucht.

**b)** Bei den Bestellungen weist die Seitenvariante *test.net* (247 Bestellungen) 72 Bestellungen mehr auf als die Seite mit dem „Stiftung Warentest“-Siegel (175 Bestellungen). Der Wert sagt aus, dass auf der Seite des *test.net*-Siegels 41,14 Prozent Besucher mehr die gewünschte Aktion, den Abschluss der Bestellung, vollzogen haben als auf der Seite mit dem „Stiftung Warentest“-Siegel.

**c)** Auch für den Umsatz ergibt sich eine bemerkenswerte Konstellation: Zu erwarten ist, dass die Besucher auf den beiden Seitenvarianten etwa gleichwertige Produkte kaufen. In diesem Falle müsste der Umsatzwert für beide Siegel dem Wert für die Anzahl der Besucher proportional entsprechen, nämlich die Anzahl der Besucher multipliziert mit dem durchschnittlichen Wert des Warenkorbs. Die Seite der Stiftung Warentest mit 50.025 Euro Umsatz liegt jedoch 54 Prozent unter Warenkorbwert von *test.net* (77.120 Euro). Bei proportionalem Zuwachs sollte die Differenz des Bestellwerts genauso hoch sein wie die Differenz bei den Bestellungen (41,14%, vgl. b)). Tatsächlich haben die Besucher auf der *test.net*-

Seite 9,22 Prozent (vgl. Umsatz/Bestellung, f)) mehr ausgegeben als auf der Vergleichsseite.

**d)** Dieser Trend wird im Wert „Marge“ gebrochen. Die relative Differenz der Marge ist kleiner als die Differenz des Umsatzes zwischen den beiden Varianten. Daraus folgt, dass auch die Marge nicht proportional zum Umsatz gestiegen ist. Die höherwertigen Produkte verkauft der Händler mit weniger Marge. Dies erklärt die geringere Steigerung der Marge gegenüber der Steigerung der vorhergehenden Werte. Die Absolutwerte lassen diesen Aspekt jedoch in den Hintergrund treten: Die Seitenvariante mit dem „Stiftung Warentest“-Siegel erzielt eine Marge von 6.334,80 Euro. Die Marge der *test.net*-Variante liegt mit 9.511,43 Euro mehr als 50 Prozent (50,15%) darüber.

**e)** Die Conversion bezeichnet den Anteil der Shopbesucher, die effektiv zu Käufern werden. Im Allgemeinen ist 3 Prozent Conversion ein guter Wert. Beide Varianten liefern mit Ergebnissen von 3,59 Prozent (Stiftung Warentest) und 5,08 Prozent (*test.net*) ausgezeichnete Werte.

**f)** Die letzten vier Werte ergeben sich aus den schon beobachteten Messwerten in Bezug auf die Anzahl der Besucher bzw. der Bestellungen und verdeutlichen die Beobachtungen a) – e).



Demnach macht der Shop-Betreiber mit dem *test.net*-Siegel einen jährlichen Mehrgewinn in sechsstelliger Höhe gegenüber dem Siegel der Stiftung Warentest. Auf den Monat gerechnet beträgt der Mehrgewinn über 10.000 Euro.

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.

## Interpretation

Ein möglicher Ansatz zur Erklärung der Testergebnisse ist der tatsächlich neue Bewertungsansatz der *test.net GmbH*. Dieser setzt sich nach Angaben des Betreibers aus einer Kombination aus einem nicht veröffentlichten, mathematischen Algorithmus und einigen tausend Nutzerbewertungen zusammen. Möglicherweise hat die Nutzung von mathematischen Funktionen Einfluss auf die Glaubwürdigkeit des Siegels. Diese spielt nach Skandalen wie zum Beispiel um die Stiftung Warentest (Ritter Sport) und um den ADAC (Gelber Engel) bei den Verbrauchern wieder eine stärkere Rolle. Ein anderer Ansatz liegt in einer möglichen Rückkopplung der Nutzer von *test.net*. Im Allgemeinen scheinen die Ansätze der *test.net GmbH* in Bezug auf die Bewertung von Produkten und Dienstleistungen vom Internet-affinen Publikum besser angenommen zu werden als die, der altbekannten und daher eventuell etwas „angestaubten“ Konkurrenz.

München, den 28. Januar 2014  
 © 2014 werbeagentur.com AG



**werbeagentur.com AG**

---

Palais an der Oper  
Maximilianstraße 2  
80539 München  
info@werbeagentur.com  
Tel.: 089 2155 3335

**Vorstand**

Peter Fels (CEO), Thomas Tebbel

**Aufsichtsrat**

Dr. Ulrike Welle (Vorsitzende)  
Prof. Dr. Antje Düsterhöft  
Frank Kirchbauer

Amtsgericht München

Registernummer: HRB: 206163

Deutsche Bank München

IBAN: DE20 7007 0010 0273 1305 00

BIC: DEUTDE33XXX

USt.-IdNr.: DE291213422

Quelle: Studie\_testnet\_201401.pdf, Seite 4

## Anlagen:

### Bestätigung des Eingangs der ersten Strafanzeige von Herrn Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier vom 03.06.2014:

Landeskriminalamt  
Nordrhein-Westfalen



Landeskriminalamt Nordrhein-Westfalen,  
Postfach 103452, 40025 Düsseldorf

05. Juni 2014  
Seite 1 von 1

Herrn Prof. Dr. Jöstingmeier

per E-Mail:  
Bernd.Joestingmeier@dhw-stuttgart.de

Aktenzeichen:  
ZA 2 - 13.05.01

bei Antwort bitte angeben

ZaB, POKin  
Telefon 0211-939-7238  
Telefax 0211-939-7209  
33-za2dezernat.lka  
@polizei.nrw.de

---

#### Eingabe Internetwache LKA

Ihre Anzeige wegen Verdachts der Internetkriminalität vom 03.06.2014

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Jöstingmeier,

Ihr oben genanntes Schreiben ist bei uns eingegangen. In meiner Funktion als aufsichtsunterstützende und koordinierende Polizeibehörde habe ich es der Kreispolizeibehörde Köln zur weiteren Bearbeitung in eigener Zuständigkeit zugeleitet, da die Firma test.net GmbH ihren Sitz in Köln hat.

Dienstgebäude:

Von der Kreispolizeibehörde Köln erhalten Sie weitere Nachricht.

Telefon 0211-939-0  
Telefax 0211-939-4419  
poststelle.lka@polizei.nrw.de  
www.polizei.nrw.de/lka

Bis dahin bitte ich Sie um Geduld.

Mit freundlichen Grüßen

Öffentliche Verkehrsmittel:  
Straßenbahnlinien 704, 709  
Haltestelle: Georg-Schulhoff-  
Platz  
S-Bahnlinien S8, S11, S28  
Haltestelle: Völklinger Straße

gez.  
Kölbach  
Kriminaloberrat

Zahlungen an:  
Landeskasse Düsseldorf  
IBAN:  
DE 41300500000004100012  
BIC:  
WELADEDXXX

Online-Anzeige vom 03.06.2014  
"Ebbing, Günter" [Guenter.Ebbing@polizei.nrw.de]  
Gesendet: Mittwoch, 18. Juni 2014 09:51  
An: Jöstingmeier, Bernd Prof. Dr.

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Jöstingmeier,

Ihre an das LKA Nordrhein-Westfalen gerichtete Online-Anzeige vom 03.06.2014  
ist hier im Fachkommissariat für Wirtschaftskriminalität,

dem Kriminalkommissariat 31  
des Polizeipräsidiums Köln  
Walter-Pauli-Ring 2-6  
51103 Köln  
Email: [kk31.koeln@polizei.nrw.de](mailto:kk31.koeln@polizei.nrw.de)

eingegangen.

Ihre Anzeige wurde bereits am 12.06.2014 an die Staatsanwaltschaft Köln über-  
sandt.

Ein staatsanwaltschaftliches Aktenzeichen liegt nach Anfrage vom heutigen Tag  
noch nicht vor.

Hier ist der Vorgang unter dem Aktenzeichen 601000-172997-14/6 erfasst.

Von der Eingabe weiterer Unterlagen per Email bitte ich abzusehen. Schriftliche Un-  
terlagen

können Sie an das KK 31 zur obigen Anschrift übersenden bzw. nachsenden.

Mit freundlichen Grüßen



Ebbing

**Günther Ebbing**

Erster Kriminalhauptkommissar

Polizeipräsidium Köln, Dir K - KK 31

Wirtschaftskriminalität

Dienstort: 51373 Leverkusen, Heymannstr. 22

Tel: 0221-229-8311, Fax -8312, GZ: -8315

[Guenter.Ebbing@polizei.nrw.de](mailto:Guenter.Ebbing@polizei.nrw.de)



---

**Sachstand**

---

**Warentests und Testsiegel im geltenden Lauterkeitsrecht**

**Warentests und Testsiegel im geltenden Lauterkeitsrecht**

Aktenzeichen: WD 7 - 3000 - 016/18  
Abschluss der Arbeit: 2. Februar 2018  
Fachbereich: Zivil-, Straf- und Verfahrensrecht, Umweltschutzrecht,  
Bau und Stadtentwicklung

---

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

**Inhaltsverzeichnis**

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Gesetzlicher Rahmen</b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b>Anforderungen an Tests</b>	<b>5</b>
<b>4.</b>	<b>Abgrenzung zum Warenvergleich</b>	<b>6</b>
<b>5.</b>	<b>Fazit</b>	<b>6</b>

## 1. Einleitung

Warentests und gegebenenfalls darauf basierenden Testsiegeln kommt beim Absatz von Waren gegenüber Verbrauchern eine erhebliche Bedeutung zu.<sup>1</sup> Für Unternehmen ist es deshalb reizvoll, den Absatz von Produkten mit Hinweisen auf entsprechende positive Testergebnisse zu fördern.<sup>2</sup> Korrelierend damit existiert ein Markt für Warentests und Testsiegel, in dem unterschiedliche Testanbieter konkurrieren. Medienberichten zufolge kam es mit Bezug auf diesen Bereich in der jüngeren Vergangenheit zu Abmahnungen von so genannten „Fake-Test-Seiten“ durch den Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv).<sup>3</sup>

Um unlauterem Wettbewerb und Verbrauchertäuschung im Zusammenhang mit wirklichen oder vermeintlichen Tests und darauf basierenden Testsiegeln entgegenzuwirken, enthält das Lauterkeitsrecht – namentlich das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)<sup>4</sup> – seit längerem verschiedene potentiell einschlägige Regelungen.

## 2. Gesetzlicher Rahmen

Gemäß § 3 Absatz 1 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig. Geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, sind gemäß § 3 Absatz 2 UWG unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

Gemäß § 3 Absatz 3 UWG sind die explizit im Anhang des UWG aufgeführten geschäftlichen Handlungen gegenüber Verbrauchern stets unzulässig. Nr. 4 des Anhangs zu § 3 UWG nennt hier „die unwahre Angabe, (...) eine Ware oder Dienstleistung sei von einer öffentlichen oder privaten Stelle bestätigt, gebilligt oder genehmigt worden, oder die unwahre Angabe, den Bedingungen für die Bestätigung, Billigung oder Genehmigung werde entsprochen“.

Nach § 5 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist un-

---

1 Vgl. Schrickler, Anmerkung zu BGH, Urteil vom 09.12.1975 - VI ZR 157/73 („Warentest II“), GRUR 1976, 274.

2 Busche, in: Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 2. Auflage 2014, § 5 UWG Rdn. 418; Wiedekind, Praktische Hinweise zur Werbung mit Testergebnissen, GRUR-Prax 2013, 440.

3 Vgl. etwa Jansen/Wieduwilt, Angebliche Testseiten im Internet abgemahnt, FAZ vom 01.06.2017, abrufbar unter <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/wettbewerbszentrale-mahnt-14-testseiten-im-internet-ab-15042761.html>; Eisenbrand, Aufruhr in der Affiliate-Szene: Abmahnungen von Fake-Test-Seiten lösen Schlammschacht aus, OMR 13.01.2017, abrufbar unter <https://omr.com/de/fake-test-seiten-abmahnungen/> (Stand der Online-Quellen: 02.02.2018).

4 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. März 2010 (BGBl. I S. 254), das zuletzt durch Artikel 4 des Gesetzes vom 17. Februar 2016 (BGBl. I S. 233) geändert worden ist.

ter anderem dann irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben enthält über „die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen“ (§ 5 Absatz 1 Nr. 1 UWG).

### 3. Anforderungen an Tests

Beabsichtigt ein Unternehmen, unter Hinweis auf bestimmte Testergebnisse eines Dritten für sein Produkt zu werben (Testergebniswerbung), ist dies nur zulässig, wenn die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen konkretisierenden Anforderungen der Rechtsprechung an die Durchführung einschlägiger Tests gewahrt wurden.<sup>5</sup> Der Bundesgerichtshof (BGH) hat bereits 1975 in einer Grundsatzentscheidung zum Deliktsrecht grundsätzliche Ausführungen zum Testbegriff und zum Umgang mit Testergebnissen getroffen, die auch heute noch im Lauterkeitsrecht Bedeutung erlangen und durch verschiedene Judikate weiterentwickelt wurden.<sup>6</sup>

Ein Test muss demnach „objektiv, neutral, sachkundig und repräsentativ“<sup>7</sup> durchgeführt worden sein. Erforderlich ist, dass die aus der Prüfung gezogenen Schlüsse vertretbar („diskutabel“) sind und aufseiten des Testers wenigstens ein Bemühen um objektive Richtigkeit gegeben war.<sup>8</sup>

„Erfüllt ein Test ... nicht die Grundanforderungen an seine Zulässigkeit, ist auch die Werbung hiermit irreführend, und zwar unabhängig davon, ob der Unternehmer von solchen Mängeln Kenntnis hat. Das kann etwa der Fall sein, wenn der Test nicht sachkundig durchgeführt wurde, weil etwa die angewendeten Prüfungsmethoden wissenschaftlich nicht anerkannt sind, wenn der Test nicht von einer unabhängigen Organisation durchgeführt wurde, der Test nicht hinreichend repräsentativ ist oder die Möglichkeit testfremder Einflussnahme durch Zuwendungen von Wettbewerbern besteht. (...) Der Unternehmer ist ... von einem eigenen Qualitätsnachweis befreit, trägt andererseits aber das Risiko, dass der Test nicht in vertretbarer Weise durchgeführt wurde.“<sup>9</sup>

„Wirksamkeitsprüfungen sind keine Voraussetzung für die Durchführung der Tests und deren Veröffentlichungen durch das Testinstitut. Wollen allerdings die Hersteller der getesteten Erzeugnisse mit den Testergebnissen werben, dann müssen sie auf die fehlenden Wirksamkeitsprüfungen hinweisen.“<sup>10</sup>

---

5 Weidert, in: Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig, UWG, 4. Auflage 2016, UWG C. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1, Rdn. 257.

6 BGH, Urteil vom 09.12.1975 - VI ZR 157/73 („Warentest II“), GRUR 1976, 268. Vgl. hierzu Silberer, Der vergleichende Warentest im Dienste des leistungsfördernden Wettbewerbs, in: Büscher et al. (Hrsg.), Festschrift für Karl-Heinz Fezer, 2016, S. 937, 939, 946.

7 Weidert (oben Fußn. 5), Rdn. 258.

8 Weidert (oben Fußn. 5), Rdn. 258.

9 Weidert (oben Fußn. 5), Rdn. 260.

10 Weidert (oben Fußn. 5), Rdn. 261; OLG Frankfurt a.M., Urteil vom 29.06.2006 - 6 U 103/05 (Öko-Test), GRUR-RR 2007, 16.

---

Wenn ein Test gar nicht stattgefunden hat, ist die Werbung mit vermeintlichen „Testergebnissen“ irreführend.<sup>11</sup> „Irreführend kann die Werbung mit Testergebnissen ferner sein, wenn das beworbene Objekt ... als solches nicht getestet wurde... oder wenn andere Kriterien getestet wurden als diejenigen, die der Verbraucher nach der Werbung vermutet.“<sup>12</sup>

#### 4. Abgrenzung zum Warenvergleich

Wie sich aus den unter dem vorstehenden Gliederungspunkt zitierten Spezifikationen des lauterkeitsrechtlichen Testbegriffs ergibt, dürften bloße abstrakte Warenvergleiche den Testbegriff grundsätzlich nicht erfüllen. Bei einem bloßen gestalterischen Aufbereiten von herstellerseitig veröffentlichten Produkteigenschaften in Vergleichstabellen oder ähnlichem und einem hieraus in einem rein abstrakten Modus, also nicht durch die konkret-praktische Prüfung der tatsächlich bei einem Exemplar des Produkts vorhandenen Eigenschaften „abgeleiteten“ Bewertungsergebnis dürfte es sich deshalb nicht um einen Testergebnis im vorstehenden Sinne handeln. Verbraucher werden durch die geltenden lauterkeitsrechtlichen Regelungen aber nicht nur „vor einer Irreführung durch Werbung mit unzutreffenden oder unvollständigen Testergebnissen geschützt“, sondern auch „vor Werbeangaben, die einen Test nur vortäuschen“<sup>13</sup>.

Mit diesem Befund lässt sich in Übereinstimmung bringen, dass laut Medienberichten durch den vzbv abgemahnte Internetportale<sup>14</sup> nunmehr explizit dahingehend zu differenzieren scheinen, ob die jeweiligen Erkenntnisse tatsächlich aus eigenen durchgeführten Untersuchungen herrühren („Tests“) oder lediglich in einem Gegenüberstellen der allgemeinen Produktspezifikationen bestehen („Vergleich“).<sup>15</sup>

#### 5. Fazit

Das geltende Lauterkeitsrecht enthält ausdrückliche gesetzliche Bestimmungen, um Verbraucher vor irreführender Werbung mit vermeintlichen Warentests zu schützen. Aktuelle Berichte aus der Praxis legen die Annahme nahe, dass diese Bestimmungen auch wirksam durchsetzbar sind.

\* \* \*

---

11 Weidert (oben Fußn. 5), Rdn. 262.

12 Weidert (oben Fußn. 5), Rdn. 263.

13 Busche, in: Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 2. Auflage 2014, § 5 UWG Rdn. 418.

14 Siehe oben Gliederungspunkt 1.

15 Beispiele werden bei Eisenbrand (oben Fußn. 3) genannt.

# Staatsanwaltschaft München I



Staatsanwaltschaft München I,  
80097 München

Herrn  
Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier  
Böblinger Straße 562  
70569 Stuttgart

Frau Staatsanwältin Illhardt  
Telefon: 089/5597-4650  
Telefax: 089/5597-5164

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom	Bitte bei Antwort angeben Akten - / Geschäftszeichen	meg Datum
	408 Js 203609/16	26.02.2018

Ermittlungsverfahren gegen Alexander Haar  
Martin Hombach  
Thomas Tebbel  
wegen Betruges

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Jöstingmeier,

in dem oben genannten Verfahren habe ich mit Verfügung vom 26.02.2018 folgende Entscheidung getroffen:

Das Ermittlungsverfahren wird gemäß § 170 Abs. 2 StPO eingestellt.

Gründe:

Der Anzeigenerstatter legte den Beschuldigten die Tatvorwürfe des Betruges und des Verstoßes gegen des UWG zur Last, indem diese ein falsches Testsiegel verkaufen. Dadurch werde die Öffentlichkeit arglistig getäuscht und es werde mit unwahren Angaben irreführend geworben.

Das Verfahren war einzustellen.

Der Beschuldigte Haar ist u.a. der Vorstandsvorsitzende der Loewensprung AG mit Sitz in 77749 Hohberg. Der Beschuldigte Tebbel ist u.a. der Vorstandsvorsitzende der werbeagentur.com AG mit Sitz in München. Geschäftsführer der test.net GmbH mit Sitz in Köln ist der Beschuldigte Hombach.

Eine Straftat durch die Beschuldigten ist nicht ersichtlich. Ein Betrug gem. § 263 Abs. 1 StGB

**Hausanschrift**  
Schleißheimer Straße 141  
80797 München

**Geschäftszeiten**  
Mo-Fr: 8:00 Uhr - 12:00 Uhr

**Kommunikation**  
Telefon: 089/5597-07  
Telefax: 089/5597-5164



setzt zunächst eine Täuschung über Tatsachen voraus. Täuschungshandlung kann dabei jede Handlung sein, die einen Erklärungswert hinsichtlich Tatsachen besitzt und durch Einwirken auf die Vorstellung einer anderen natürlichen Person bei dieser zu einem Irrtum hierüber führen kann.

Im vorliegenden Fall ist jeweils unter dem test.net Siegel die Erklärung des Zustandekommens der Note ersichtlich. Der Internetnutzer kann lesen, dass es einen test.net-Algorithmus gibt. Wenn ein Angebot eine bessere Ausstattung hat, als ein anderes, bekommt es mehr Punkte. Die Summe aller erreichten Punkte ergibt die Leistungsnote. Für die Preisleistungs-Note wird die Leistung auf den Preis bezogen.

So steht es auch auf der Internetseite der Fa. Test.net GmbH. Es werden keine Prüflabors vorgehalten und keine Simulationen durchgeführt. Auch das Zustandekommen der Testnote durch algorithmusbasierte Produktvergleiche wird ausführlich erläutert.

Da weder Verbraucher noch Kunden, welche das Testsiegel kaufen, über das Zustandekommen der Testnote getäuscht werden, ist hier kein Betrug ersichtlich.

Auch Straftaten nach dem UWG kommen nicht in Betracht. Der allenfalls einschlägige § 16 Abs. 1 UWG setzt allerdings voraus, dass der Täter durch „unwahre Angaben irreführend“ wirbt.

Dabei ist auf die objektive Unrichtigkeit abzustellen, nicht auf die Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise. Unrichtige Angaben sind jedoch in den vorliegenden Fällen nicht ersichtlich, da die jeweiligen Hersteller, die mit dem test.net Testsiegel werben, keine unrichtigen Angaben machen, da ihre Produkte Gegenstand des Testverfahrens der Fa. Test.net waren.

Darüber hinaus sind die Angaben auch nicht irreführend, da das Testverfahren ausführlich auf den Internetseiten der Fa. Test.net genau beschrieben wird.

Etwaige zivilrechtliche Ansprüche werden durch diese Entscheidung nicht berührt.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Illhardt  
Staatsanwältin

Dieses Schreiben wurde elektronisch erstellt und enthält deshalb keine Unterschrift, wofür um Verständnis gebeten wird.



Bayerisches Staatsministerium der Justiz • 80097 München

Herrn  
Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier  
Böblinger Str. 562  
70569 Stuttgart

Sachbearbeiterin  
Frau Huber

Telefon  
(089) 5597-2225

Telefax  
(089) 5597-3569

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom	Bitte bei Antwort angeben Unser Zeichen, Unsere Nachricht vom	Datum
23.3.2018	E4 1402 E - II - 9282/16	29. März 2018

Sehr geehrter Herr Dr Jöstingmeier,

Ihre oben bezeichnete Eingabe habe ich heute im Auftrag des Herrn Staatsministers an den Herrn Generalstaatsanwalt in München weitergeleitet, da er die Dienstaufsicht über die Staatsanwaltschaften seines Geschäftsbereichs führt.

Sie werden nach Prüfung der Angelegenheit durch ihn oder die von ihm beauftragte Stelle einen Bescheid erhalten.

Mit freundlichen Grüßen

Huber

Regierungsrätin



# Baden-Württemberg

MINISTERIUM DER JUSTIZ UND FÜR EUROPA

Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg • Pf. 103461 • 70029 Stuttgart

Herrn  
Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier  
Böblinger Str. 562  
70569 Stuttgart

Datum 3. April 2018  
Name Herr Dr. von Trotha  
Durchwahl 0711 279-2113  
Aktenzeichen E-1402.2016/812  
(Bitte bei Antwort angeben)

 Ihre Zuschrift vom 23. März 2018


Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Jöstingmeier,

Ihre Zuschrift vom 23.03.2018 ist im Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg eingegangen. In dieser bitten Sie um die Anordnung der Wiederaufnahme des Ermittlungsverfahrens gegen Herrn Alexander Haar und gegen Mitarbeiter von diesem.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass das Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg in dieser Angelegenheit nicht selbst tätig werden kann. Ausweislich der von Ihnen übersandten umfangreichen Unterlagen waren bisher Strafverfolgungsbehörden aus anderen Bundesländern, konkret das Landeskriminalamt Nordrhein-Westfalen und die Staatsanwaltschaft München I mit der Angelegenheit befasst. Für diese besteht keine Zuständigkeit des Ministeriums der Justiz und für Europa Baden-Württemberg, insbesondere ist für die Staatsanwaltschaft München I das Bayrische Staatsministerium der Justiz zuständig. Deshalb bitte ich Sie, sich mit Ihrem Anliegen, die Wiederaufnahme der Ermittlungen der Staatsanwaltschaft München I anzuordnen, dorthin zu wenden.

Soweit Sie zudem das Tätigwerden von Strafverfolgungsbehörden des Landes Baden-Württemberg wünschen, können Sie deswegen – wie Ihnen bereits mitgeteilt – direkt bei den zuständigen Behörden Strafanzeige erstatten, konkret den Staatsanwaltschaften, Amtsgerichten und Polizeidienststellen (§ 158 StPO).

Mit freundlichen Grüßen



Dr. von Trotha  
Staatsanwalt



Ministerium der Justiz Nordrhein-Westfalen, 40190 Düsseldorf

Seite 1 von 2

Herrn  
Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier  
Böblinger Straße 562  
70569 Stuttgart

09.04.2018

Aktenzeichen  
4110 E - III. 120/16  
bei Antwort bitte angeben

Bearbeiterin: Frau Zilius  
Telefon: 0211 8792-561

### Ihr Schreiben an Herrn Minister Biesenbach vom 23.03.2018

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Jöstingmeier,

mit Ihrem vorbezeichneten Schreiben haben Sie sich an Herrn Minister Biesenbach gewandt, dem Ihr Schreiben vorgelegen hat. Er hat mich beauftragt, Ihnen zu antworten.

Sie bitten in Ihrem Schreiben um Wiederaufnahme des Ermittlungsverfahrens 116 Js 545/14 der Staatsanwaltschaft Köln gegen Herrn Alexander Haar und andere. Dazu tragen sie vor, die Beschuldigten würden ohne Durchführung von echten Tests Lizenzen für sog. „Testsiegel“ verkaufen. Sie berufen sich dabei auf eine Ausarbeitung der Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages zum Thema „Warentest und Testsiegel im geltenden Lauterkeitsrecht“ und sind der Ansicht, daraus ergebe sich, dass das Geschäftsmodell von Herrn Haar gegen geltendes Recht verstoße.

Dienstgebäude und  
Lieferanschrift:  
Martin-Luther-Platz 40  
40212 Düsseldorf  
Telefon: 0211 8792-0  
Telefax: 0211 8792-456  
poststelle@jm.nrw.de  
www.justiz.nrw

Öffentliche Verkehrsmittel:  
ab Hbf mit Linien U 76, U 78  
oder U 79 bis Haltestelle  
Steinstraße / Königsallee



Über Ihren Antrag auf Wiederaufnahme der Ermittlungen befindet in meinem Geschäftsbereich zunächst die örtlich und sachlich zuständige Behörde, denn Staatsanwältinnen und Staatsanwälte unterliegen einer dreistufigen Aufsicht und Leitung: durch ihre Behördenleitung, durch die zuständige Generalstaatsanwältin beziehungsweise den zuständigen Generalstaatsanwalt und – erst in letzter Instanz - durch das Justizministerium. Ich habe Ihre Eingabe deshalb zuständigkeitshalber an den Leitenden Oberstaatsanwalt in Köln zur Prüfung und weiteren Veranlassung weitergeleitet.

Mit freundlichen Grüßen  
Im Auftrag  
Zilius  
Beglaubigt  
*Zilius*  
Regierungsbeschäftigte





# Baden-Württemberg

GENERALSTAATSANWALTSCHAFT STUTT GART

Generalstaatsanwaltschaft Stuttgart • Postfach 10 36 53 • 70031 Stuttgart

Datum 10. April 2018

Name EStA Fuchs

Durchwahl (07 11) 212 - 2865

Aktenzeichen 25 AR allg 588/18

(Bitte bei Antwort angeben)

Herr  
Prof. Dr. Jöstingmeier  
Böblinger Straße 562  
70569 Stuttgart

 Ihre Strafanzeige vom 23.03.2018

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Jöstingmeier,

Ihre Strafanzeige vom 23.03.2018 habe ich am heutigen Tage zuständigkeitshalber an die Generalstaatsanwaltschaft Karlsruhe übersandt.

Ich würde Sie bitten, sich bei weiteren Fragen direkt dorthin zu wenden.

Mit freundlichen Grüßen



Fuchs

Erster Staatsanwalt

Werastraße 23 • 70182 Stuttgart • Telefon (0711) 212-0 • Telefax: (0711) 212-2899

poststelle@genstastuttgart.justiz.bwl.de • [www.generalstaatsanwaltschaft-Stuttgart.de](http://www.generalstaatsanwaltschaft-Stuttgart.de)

Bankverbindung: LOK Ba.-Wü. • Außenstelle Metzingen • BW Bank (BLZ 600 501 01) • Konto-Nr. 7 469 534 608

BIC SOLADEST600 • IBAN DE17 6005 0101 7469 5346 08

# Der Generalstaatsanwalt in München



Generalstaatsanwaltschaft München, 80097 München

Herrn  
Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier  
Böblinger Straße 562  
70569 Stuttgart

Sachbearbeiter  
Herr Oberstaatsanwalt Dr. Ruhland  
Telefon: 089/5597-4526  
Telefax: 089/5597-5251

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom  
Bitte bei Antwort angeben  
Akten - / Geschäftszeichen  
11 Zs 932/18

scr  
Datum  
26.04.2018

Ermittlungsverfahren gegen Alexander Haar,  
Martin Hombach,  
Thomas Tebbel  
wegen Betruges

hier: Beschwerde des Antragstellers Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier vom 23.03.2018 gegen die Verfügung der Staatsanwaltschaft München I vom 26.02.2018 (Az.: 408 Js 203609/16).

## B e s c h e i d

Der Beschwerde vom 23.03.2018 gegen die Verfügung der Staatsanwaltschaft München I vom 26.02.2018 gebe ich keine Folge.

Auf die vorbezeichnete Beschwerde wurden die einschlägigen Vorgänge von mir unter Beiziehung der Akten überprüft. Ergebnis ist, dass die Entscheidung der Staatsanwaltschaft München I, das Verfahren gemäß § 170 Abs. 2 StPO einzustellen, der Sach- und Rechtslage entspricht.

Insoweit wird, um Wiederholungen zu vermeiden, auf die zutreffende Begründung der angegriffenen Verfügung Bezug genommen. Das Vorbringen des Antragstellers rechtfertigt keine andere Beurteilung.

Die Staatsanwaltschaft München I führte hierzu bei Vorlage der Akten Folgendes aus:

*Der Beschwerde wird nicht abgeholfen.*

**Hausanschrift**  
Karlstraße 66  
80335 München

**Geschäftszeiten**

**Kommunikation**  
Telefon: 089/5597-08  
Telefax: 089/5597-5065

poststelle@gensta-m.bayern.de

Die E-Mail-Adresse eröffnet keinen Zugang für formbedürftige Erklärungen in Rechtssachen



*Das Beschwerdevorbringen enthält keine relevanten neuen Tatsachen, Beweismittel oder Rechtsausführungen; auch sonst ergaben sich keine neuen Gesichtspunkte, die eine Abhilfe rechtfertigen würden.*

*Auf die weiterhin zutreffenden Gründe der angefochtenen Verfügung wird Bezug genommen. Lediglich ergänzend wird an dieser Stelle noch auf Folgendes hingewiesen:*

*Das vom Beschwerdeführer vorgelegte Gutachten des Wissenschaftlichen Dienstes des Bundestages vom 02.02.2018 betrifft die zivilrechtlichen Vorschriften des § 3 UWG sowie insbesondere des § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG und bewertet abstrakt, d.h. losgelöst von einem bestimmten Einzelfall, die Anforderungen an die Tests und die Abgrenzung vom Warenvergleich in diesem Zusammenhang. Keineswegs wird - wie es aber im Beschwerdeschreiben vom 23.03.2018 anklingt - das Geschäftsmodell des Beschuldigten Haar und seiner Mitarbeiter bewertet oder gar eine Strafbarkeit dieses Geschäftsmodells gemäß § 16 Abs. 1 UWG festgestellt. Eine solche ist - wie in der angegriffenen Einstellungsverfügung bereits ausgeführt - nicht erkennbar. Die Ausführungen des Wissenschaftlichen Dienstes, welche die konkreten Umstände des hiesigen Falles geben gerade nicht mit einbeziehen bzw. beurteilen, ändern an dieser nach wie vor zutreffenden Bewertung nichts. Insbesondere kann vorliegend von einer Irreführung durch unwahre Angaben deshalb keine Rede sein, weil das Zustandekommen der vergebenen Note ausdrücklich angegeben und erklärt wird. Auch insoweit wird auf die näheren Ausführungen in der Einstellungsverfügung vom 26.02.2018 Bezug genommen. Eine Betrugsstrafbarkeit kommt aus diesen Erwägungen ebenfalls nicht in Betracht.*

*Eine Wiederaufnahme der Ermittlungen ist daher auch unter Berücksichtigung des Beschwerdevorbringens nicht veranlasst.*

Dem wird beigetreten.

Die Voraussetzungen des § 16 Abs. 1 UWG sind nicht erfüllt. Es liegen schon keine (objektiv) unwahren Angaben im Sinne dieses Tatbestandes vor. Auch an einer Irreführung fehlt es, weil bei der Verwendung des Testsiegels durch die werbenden Hersteller jeweils angegeben wird, auf welcher Grundlage die Testnote ermittelt wurde. Vorliegend wird - für jeden Verbraucher erkennbar - jeweils angegeben, dass das Testverfahren auf einem bloßen Angebotsvergleich beruht, der sich auf die ungeprüfte Übernahme der Händlerangaben der geprüften Produkte beschränkt.

Im Übrigen handelt es sich bei den Behauptungen des Anzeigerstatters, das Vergleichsverfahren werde in Wirklichkeit weder ausführlich noch genau von der test.net GmbH beschrieben, da diese den angeblichen Algorithmus nicht bislang nicht veröffentlicht habe, und dass es fraglich sei, ob es den angegebenen Algorithmus überhaupt gäbe, um bloße Vermutungen, die die Weiterführung der Ermittlungen nicht rechtfertigen, da keine tatsächlichen Anhaltspunkte für Straftaten gegeben sind (§ 152 Abs. 2 StPO).

Daher muss es mit der Verfügung der Staatsanwaltschaft München I vom 26.02.2018 sein Bewenden haben.

Zivilrechtliche Ansprüche werden durch diesen Bescheid nicht berührt.

Im Auftrag

gez. Dr. Ruhland  
Oberstaatsanwalt

### **Belehrung**

Gegen den ablehnenden Bescheid der Generalstaatsanwaltschaft München kann der Antragsteller - sofern er Verletzter ist - binnen eines Monats nach der Bekanntmachung gerichtliche Entscheidung beantragen (§ 172 Strafprozessordnung).

Der Antrag ist nicht zulässig, wenn das Verfahren ausschließlich eine Straftat zum Gegenstand hat, die vom Verletzten im Wege der Privatklage verfolgt werden kann. Der Antrag auf gerichtliche Entscheidung muss die Tatsachen, welche die Erhebung der öffentlichen Klage begründen sollen, und die Beweismittel angeben. Er muss von einem Rechtsanwalt unterzeichnet sein; für die Prozesskostenhilfe gelten dieselben Vorschriften wie in bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten. Der Antrag ist bei dem für die Entscheidung zuständigen Gericht einzureichen. Maßgeblich ist der Zeitpunkt des Eingangs bei Gericht.

Zur Entscheidung über den Antrag ist das OLG München (Nymphenburger Straße 16, 80335 München) zuständig.

Mit Sicherheit kann ausgeschlossen werden, dass die Staatsanwälte deshalb untätig bleiben, weil der Vater von Alexander Haar ein Richter in Deutschland ist. Diese Tatsachen haben mit Sicherheit nichts miteinander zu tun.

Fragen zur Untätigkeit der Staatsanwälte gegenüber der test.net GmbH können bspw. an folgende Generalstaatsanwälte gestellt werden:

Generalstaatsanwaltschaft München  
80097 München  
poststelle@gensta-m.bayern.de

Generalstaatsanwaltschaft Karlsruhe  
Stabelstraße 2  
76133 Karlsruhe  
poststelle@genstakarlsruhe.justiz.bwl.de

Generalstaatsanwaltschaft Köln  
Postfach 10 28 45  
50468 Köln  
Poststelle@gsta-koeln.nrw.de

Zum Autor der Pressemitteilung:

Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier ist Professor für Personalmanagement, Führung, Organisation und Innovationsmanagement. Seit mehreren Jahren forscht er in den Bereichen Internetpropaganda, Fake-News und Verbrauchertäuschung im Internet.