

8. 1. Erfüllung des Begriffs des Feilhaltens durch Zeitungsinserate in Verbindung mit dem Vorrätighalten der Ware.

2. Inwieweit ist der Begriff des Feilhaltens unter einer zur Täuschung geeigneten Bezeichnung erfüllt, wenn die an der Verkaufsstelle befindliche Ware selbst mit einer richtigen Bezeichnung versehen, die im Inserate gewählte dagegen zur Irreführung geeignet ist?

3. Zur Frage des Tatorts im Falle 1.

4. Ist die zur Bezeichnung der Ware dienende bildliche Darstellung auch dann entscheidend, wenn die Ware zugleich noch auf andere Weise geschildert worden ist?

Gesetz, betr. den Verkehr mit Nahrungsmitteln usw., vom 14. Mai 1879 (R.G.Bl. S. 145) § 10 Nr. 2.

III. Straffenat. Urt. v. 22. Oktober 1908 g. S. III 513/08.

I. Landgericht Magdeburg.

Gründe:

1. Daß das Vordbergericht den Begriff des „Feilhaltens“ verkannt hätte, ist nicht ersichtlich. Es stellt fest, daß der Angeklagte den Kunsthonig zum Zwecke des Vertriebes auf eigene Rechnung bezogen, für Kauflustige auch bereit gehalten hat, — und zwar, wie das Urteil verstanden werden muß, in seinen eigenen Räumen, — und daß er ihn dem Publikum, „also jedem Erwerbslustigen“ öffentlich durch seine Zeitungsinserate zum Kaufe angeboten hat. Damit waren die Merkmale des „Feilhaltens“ an und für sich erfüllt worden. Insbesondere kann nicht bezweifelt werden, daß der Angeklagte die Ware in äußerlich erkennbarer Weise dem Publikum zugänglich gemacht hat. Wenn der Beschwerdeführer entgegenhält, die Inserate hätten nur „Offerten zur Abgabe von Offerten“ dargestellt, so übersieht er, daß zum Begriffe des Feilhaltens keinesfalls gehört, daß der Feilhaltende die Ware durch Stellung von Verkaufsanträgen zugänglich macht. Es genügt vielmehr, daß er dem Publikum die Verkauflichkeit der dazu bereit gehaltenen Ware zu erkennen und sonach Gelegenheit gibt, seinerseits Kaufanträge zu stellen. Diesen Zweck erfüllten die Zeitungsinserate, denen, wie ferner festgestellt ist, auch zu entnehmen war, daß der Honig bei dem Angeklagten unter der näher angegebenen Adresse bezogen werden könne.

Das Inserat in Nr. 252 war mit „Hoffmann Honigversand“, dasjenige in den Nrn. 270 und 273 mit „A. Hoffmann“ unterzeichnet, das eine wie das andere unter Beifügung der Ortsangabe: M. Fürstenufer 12.

Auch die weitere Annahme des Vorderurteils, daß der Angeklagte den Kunsthonig unter einer zur Täuschung geeigneten Bezeichnung feilgehalten hat, kann rechtlich nicht beanstandet werden, soweit es sich um das Inserat Nr. 252 handelt. Wichtig ist allerdings, daß die Eimer, in denen der Angeklagte den Honig bezog und möglicherweise in unveränderter Art weiter vertreiben wollte, die Aufschrift „Kunsthonig“ oder „Prima Kunsthonig“ trugen. Aber der Einwand, den der Angeklagte daraus herleitet, kann nicht durchgreifen. Denn mit Recht hat der Vorderrichter vorliegend das entscheidende Gewicht ausschließlich auf die im Inserat enthaltene Bezeichnung gelegt, und daß diese zur Täuschung geeignet war, bestreitet die Revision selbst nicht. Wie festgestellt, erschien das Inserat in der zu Plauen i. V. herausgegebenen „Neuen Vogtländischen Zeitung“. Mit ihm wandte sich der Angeklagte sohin gerade an die Ansassen des Absatzgebietes der Zeitung, und jenen wurde der Honig sonach auch nur unter der im Inserate gewählten Bezeichnung zugänglich gemacht, nicht aber zugleich unter derjenigen, welche die im Versandgeschäfte des Angeklagten zu M. befindlichen Eimer trugen. Ob Kauflustige, welche dort an Ort und Stelle den Honig entnehmen wollten, schon durch die Aufschriften der Eimer auf die wahre Natur hingewiesen worden wären, kann also im gegenwärtigen Falle überhaupt von keiner Bedeutung sein.

Wollte man annehmen, daß in solchen Fällen, in denen, wie vorliegend, die Ware unter mehrfacher Bezeichnung feilgehalten wird, der Tatbestand des § 10 Nr. 2 des Nahrungsmittelgesetzes niemals erfüllt sein könne, sofern die an der Verkaufsstelle selbst ersichtliche Bezeichnung einen sachlich zutreffenden Inhalt hat, so würde man dem Wesen der Bestimmung nicht gerecht, und diese könnte ihren Zweck nicht voll erfüllen. Sie setzt als möglich voraus, daß das Publikum durch die Feilhaltung von Nahrungs- oder Genußmitteln unter einer zur Täuschung geeigneten Bezeichnung in seinen Interessen geschädigt werden könnte, und will dies verhüten. Die Gefährdung, die die Gesetzesvorschrift bekämpfen will, sieht sie aber

in der Möglichkeit einer Beeinflussung des Publikums durch irreführende Bezeichnungen und deshalb will sie gerade dem Eintritte solcher Fälle tunlichst vorbeugen. Geht man davon aus, so kann es unter Umständen wie den vorliegenden, da mehrfache, voneinander abweichende Bezeichnungen verwendet sind, schon grundsätzlich nur auf diejenige ankommen, welche von vorne herein dazu gebraucht war, einen bestimmenden Einfluß auszuüben, nicht aber auch auf die anderen Bezeichnungen, die dem abwesenden Publikum vorenthalten wurden und zur Kenntniß eines Kauflustigen vielleicht erst gekommen wären, nachdem er sich bereits entschlossen und die Ware auf Grund der ihm zuvörderst bekannt gemachten Anpreisung bestellt und empfangen hätte. Freilich wäre er rechtlich jetzt noch in der Lage, in Abänderung seines Entschlusses die Bestellung rückgängig zu machen und die Sendung zurückgehen zu lassen. Aber dadurch würde die Tatsache, daß die ihm zunächst bekannt gewordene unrichtige Bezeichnung bereits von Wirkung gewesen war, nicht ungeschehen gemacht und der Tatbestand nicht beseitigt werden, daß eine Ware in Rede stehender Art unter einer zur Täuschung geeigneten Bezeichnung zugänglich gemacht worden war. Es würden vielmehr nur die unmittelbaren Folgen des bezeichneten ersten Vorgangs wieder beseitigt werden und der Eintritt einer solchen Möglichkeit kann die Anwendbarkeit des Gesetzes bei dem Vorhandensein seiner sonstigen Voraussetzungen nicht ausschließen. Vom wirtschaftlichen Standpunkt aus betrachtet, den das Gesetz ebenfalls im Auge hat, ist jedenfalls eine solche Auslegung der Bestimmung angezeigt, die es ermöglicht, Fällen des Feilhaltens der hier vorliegenden Art durch Anwendung des Strafgesetzes entgegenzutreten. Liegt es doch in der Absicht des Gesetzes, schon Gefährdungen zu verhüten, ohne daß der Eintritt einer wirklichen Benachteiligung vorausgesetzt wird. Daß es vorliegenden Falles nach den getroffenen Einrichtungen auch darauf abgesehen war, daß die etwaigen auswärtigen Kauflustigen die Aufschriften auf den Versandemern noch vor Zugang der Sendung kennen lernten, dafür bietet sich kein tatsächlicher Anhalt.

Nicht zu billigen ist es freilich, wenn das Vordergericht in der sog. Schlupffeststellung allein „Plauen i. W.“ als den Tatort angibt. Dies ist damit unvereinbar, daß der Angeklagte den König gerade in M. zur Lieferung bereit gehalten, und daß er auch von

dort aus diejenigen Schritte unternommen hat, die zur Bekanntmachung der Feilhaltung führen sollten. Danach ist die Tat zunächst in M. begangen als an dem Orte, an dem die persönliche Tätigkeit des Angeklagten entwickelt worden ist (Entsch. des R.G.'s in Straff. Bd. 9 S. 10). Plauen kann dagegen als Begehungsort nur insofern in Betracht kommen, als der Angeklagte die ebendort erscheinende Zeitung als das Mittel benutzt hat, um den Inassen jenes Bezirks die Ware unter einer zur Täuschung geeigneten Bezeichnung zugänglich zu machen. Indessen durch die unzutreffende Bezeichnung des Tatortes ist das Interesse des Beschwerdeführers nicht verletzt. Die Revision war sonach im ersten Falle, anlangend das Inserat in Nr. 252, zu verwerfen. . . .

2. Anders verhält es sich mit dem zweiten Falle, welcher die Inserate in Nr. 270 und 273 betrifft. Hier ist die Feststellung, daß eine zur Täuschung über die Natur der Ware geeignete Bezeichnung gewählt worden sei, rechtlich nicht bedenkfrei. Das Vordergericht hält im vorliegenden Fall allein den Umstand für ausschlaggebend, daß in dem betreffenden Inserate zur linken Seite ein Bienenkorb dargestellt war, der von Bienen umschwärmt wird. Nun kann allerdings auch eine bildliche Darstellung als Mittel zur Bezeichnung einer Ware dienen. Aber liegt ein solcher Fall vor, während die Ware zugleich noch in anderer Weise bezeichnet worden ist, dann kann die Frage, ob jene unter einer zur Täuschung geeigneten Bezeichnung feilgehalten worden, nicht, wie die Worte des Urteils „schon allein“ ergeben, ausschließlich auf Grund der bildlichen Darstellung, sondern nur in Berücksichtigung aller in Betracht kommenden Umstände beantwortet werden. Das hat das Vordergericht nicht beachtet. Wie es feststellt, standen in dem betreffenden Inserat obenan gewissermaßen als Überschrift die Worte „ff. Zuckerrhonig“, und, wie ferner festgestellt wird, waren diese Worte „besonders dick gedruckt“. Sonach ist die Ware in erster Linie als „Zuckerrhonig“ bezeichnet worden, und deshalb wäre zu prüfen gewesen, ob die bildliche Darstellung trotzdem dazu angetan war, den Anschein zu erwecken, daß nicht „Zuckerrhonig“, mithin ein Kunstprodukt, sondern Naturhonig feilgeboten werde. An einer anderen Stelle sagt das Vorderurteil, daß der vom Angeklagten feilgehaltene Honig zu $\frac{1}{3}$ aus Naturhonig, zu $\frac{2}{3}$ aus Zuckersirup hergestellt gewesen sei. Es könnte daher

der gesamte Inhalt des Inserats etwas tatsächlich Wichtiges zum Ausdruck gebracht haben, und durfte die Angabe des Angeklagten, daß er die bildliche Darstellung nur verwendet habe, um die Aufmerksamkeit des Publikums auf das Inserat zu lenken, nicht ohne weiteres als hinfällig außer acht gelassen werden. Der Revision war daher insoweit stattzugeben. . . .