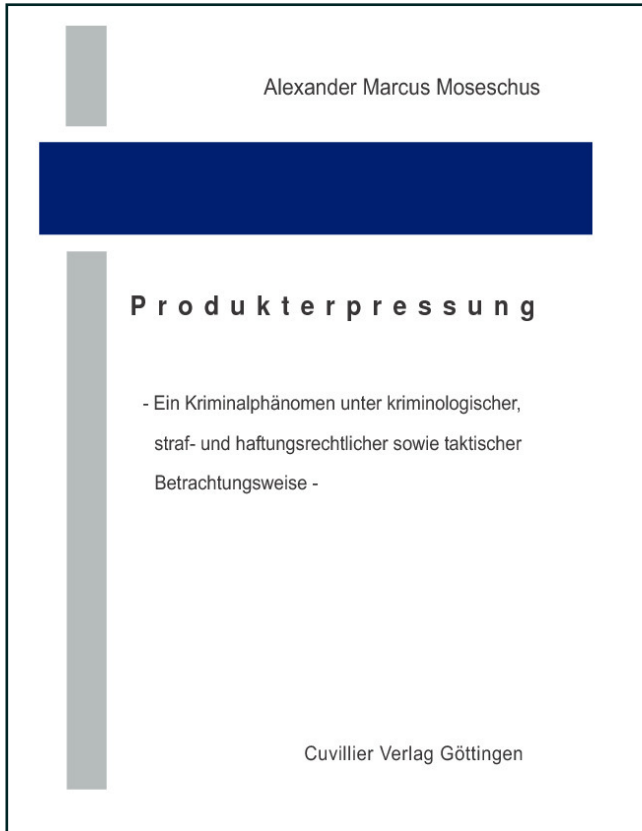




Alexander Marcus Moseschus (Autor)

Produkterpressung

Ein Kriminalphänomen unter kriminologischer, straf- und haftungsrechtlicher sowie taktischer Betrachtungsweise



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/2874>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

	Seite
Gliederung	IV
Abkürzungsverzeichnis	X
Vorwort	XI
<u>Kapitel 1. Einführung in den Untersuchungsgegenstand „Produkterpressung“</u> 1	
I. Ausgangslage zur Arbeit	1
II. Problemstellung der Arbeit	4
III. Begriff des Kriminalphänomens „Produkterpressung“	5
1. Abgrenzungen zu ähnlichen Vorkommnissen	7
a. Abgrenzung zu Vorkommnissen mit Produktmanipulationen/-sabotagen allgemein	7
aa. Zweckfreie Produktsabotagen/vorsätzliche Produktmanipulationen	7
bb. Produktsabotagen mit politischem oder gesellschaftlichem Hinter- grund	8
cc. Vortäuschen von Produktmanipulationen und Schädigungen	9
b. Abgrenzungen zu ähnlichen Erscheinungsformen von Erpressungskrimi- nalität	9
aa. „Produkt-Chantage“/Produktpiraterie	10
bb. Oberbegriff „Schutzgelderpressung“ allgemein	11
cc. Unterbegriff Erpressung zum Nachteil v. Wirtschaftsunternehmen allg. ..	11
(1) Opfer von Produkterpressungen als allein Tatgefährdete	12
(2) Berücksichtigung des Erfordernisses der Verfügungsmacht Tatgefährdeter über betroffene Produkte	14
2. Zusammenfassende eigene Definition des Untersuchungsgegenstandes	16
IV. Kriminalstatistische Angaben/Lagebild	16
1. Statistisches Zahlenmaterial	17
2. Gründe der unsicheren Informationslage/Dunkelfeld	21
a. Polizeiliches Dunkelfeld	21
b. Tatsächliches Dunkelfeld	22
Exkurs : Lösegeldversicherungen	24
c. Zwischenergebnis	26
3. Bedeutung des Kriminalphänomens	27
a. Besondere Beachtung in Öffentlichkeit und Medien	27
b. Personal- und sachmittelintensive Bearbeitung bei Ermittlungsbehörden ...	28
4. Ausgewählte öffentlichkeitsbekannte Produkterpressungen	28
a. Tabellarische Fallübersicht einiger öffentlichkeitsbekannter Produkterpres- sungen in Deutschland der letzten Jahrzehnte	30
b. Auswahl exemplarischer Produkterpressungen in Deutschland	34
Beispielfall 1 - 1984 : Wasserwerke Hamburg und Gronau [Fall 13]	34
Beispielfall 2 - 1988 : „Brauerei“ [Fall 19]	34
Beispielfall 3 - 1990 : Müllermilch [Fall 29]	35
Beispielfall 4 - 1996 : Aldi [Fall 48]	36

Beispielfall 5 - 1996 : Supermarkt in Sehnde [Fall 51].....	37
Beispielfall 6 - 1996 bis 1998 : Thomy [Fall 52].....	37
Beispielfall 7 - 1996 : Hessisch-Niedersächsische Getränke [Fall 54].....	39
Beispielfall 8 - 1997 : Maggi (und Bahn) [Fall 60].....	40
Beispielfall 9 - 1997 : Maggi [Fall 61].....	40
Beispielfal 10 - 1997 : Lidl [Fall 67].....	41
Beispielfall 11 - 1997 : Aldi [Fall 66]	42
Beispielfall 12 - 1997 : Schwartau [Fall 68].	42
Beispielfall 13 - 1997 : Tengelmann, Maggi, Pfanni u.a. [Fall 64].....	43
Beispielfall 14 - 1998 : Nestlé [Fall 85].	44
Beispielfall 15 - 1998 : Real [Fall 71]	45
Beispielfall 16 - 1998 : Mercedes-Benz [Fall 73]	46
Beispielfall 17 - 1998 : Beiersdorf [Fall 74]	46
Beispielfall 18 - 1998 : Kaufhof [Fall 75].....	47
Beispielfall 19 - 1998 : Karstadt und Müller-Milch [Fall 84].....	48
Beispielfall 20 - 1998 : Maggi [Fall 80].....	48
c. Auswahl spektakulärer und besonders gravierender Fälle des Auslands	49
(1) Großbritannien : „ALF“ und Heinz	50
(2) Japan : Morinaga.....	50
(3) USA : „Tylenol-I“ und „Tylenol-II“	51
<u>Kapitel 2. Kriminologische Besonderheiten</u>	53
I. Geschichte und Vorreiter	53
II. Verbreitung und Vorkommen	55
III. Erpressungsoffer	57
IV. Tatangriffsmittel	58
V. Manipulations- und Sabotagemittel	60
1. Chemische Tatmittel/„Gifte“	60
2. Biologische Tatmittel.....	62
3. Physikalische und sonstige Tatmittel	63
VI. Gefährdungslage	64
VII. Tatorte.	69
VIII. Zeitliche Dauer	70
IX. Lösegelder und sonstige materielle Erpressungsziele	70
X. Kommunikationsmittel	73
XI. Analyse des Täterverhaltens-Schwerpunktbildung eines typischen Tatherganges	74
1. „Phase eins“: Kontaktaufnahme mit dem Opferunternehmen	74
2. „Phase zwei“: Tatbestärkungs- und Verhandlungsphase	76
3. „Phase drei“: Übergabephase.....	78

XII. Täter	82
1. Geschlechterverhältnis	84
2. Ausländeranteil	84
3. Einzeltäter und Tätergruppen	85
4. Ehemalige oder aktive Mitarbeiter von Opferunternehmen.	86
5. „Trittbrettfahrer“	86
a. „Spinner“, geltungssüchtige Psychopathen und Witzbolde.....	87
b. Betrüger und sonstige Tatgewinnler	88
6. Altersstruktur.....	89
7. Vorstrafen	91
XIII. Tatmotive	92
XIV. Opferauswahl/tatbegünstigende äußere Umstände	96
XV. Straftaxen.	100

Kapitel 3. Strafgesetzliche Behandlung von Produkterpressung im geltenden Recht..... 102

I. Der Erpressungstatbestand	102
1. Produkt- <i>Erpressung</i> als Sonderform der Erpressung gem. § 253 I StGB	102
a. Erpressungsmittel : Gewalt oder Drohung mit einem empfindlichen Übel.	103
aa. Opfercharakter	103
bb. Nötigungsmittel Gewalt	104
cc. Nötigungsmittel Drohung	106
b. Abgenötigtes kausales Opferverhalten	109
c. Vermögensschaden	111
d. Vorsatz.....	114
e. Bereicherungsabsicht	115
f. Verwerflichkeit gem. § 253 II StBG	117
g. Zwischenergebnis	119
2. Produkt- <i>Erpressung</i> als Qualifikation der räuberischen Erpressung gem. § 255 StGB	119
a. Nötigungsmittel : Gewalt gegen eine Person	119
b. Nötigungsmittel : Drohungen mit gegenwärtiger Gefahr für Leib oder Leben.....	120
aa. Gefahr für Leib oder Leben.....	120
bb. Gegenwärtigkeit	121
(1) Zeitliche Gefahrenprognose	123
(2) Sonstige Indizien	126
cc. Gefahrenlagen für Dritte.....	127
c. Qualifikation zur schweren räuberischen Erpressung gem. §§ 255, 250 StGB	128
aa. Qualifikation gem. § 250 I Nr. 1 a StGB.....	128
bb. Qualifikation gem. § 250 I Nr. 1 b StGB	129
cc. Qualifikation gem. § 250 I Nr. 1 c StGB	132
dd. Qualifikation gem. § 250 II Nr. 1 - 3, III, 251 StGB.....	133
3. Versuchs- und Konkurrenzprobleme	134
a. Versuchsstrafbarkeit wegen Erpressungsdelikten gem. § 253 III StGB.....	134
b. Mehraktige Tatbegehung.....	135
c. Problem des zumeist bloßen Vortäuschens von Sabotagehandlungen.....	138

II. Strafbarkeit gem. § 240 I StGB [Nötigung]	139
III. Strafbarkeit gem. § 241 StGB [Bedrohung]	141
IV. Anwendbarkeit von § 314 StGB [Gemeingefährliche Vergiftung]	142
1. Angriffsziele	142
2. Tathandlungen.....	144
a. Vergiften/Beimischen gesundheitsschädlicher Stoffe	144
aa. Tatbestandsreduktion bei leichten u. nicht zugänglichen Tatmitteln....	145
bb. Keine Tatbestandsreduktion bei Warnungen/Hinweisen	146
b. Verkauf/Feilhalten	148
c. Sonstiges Inverkehrbringen	148
d. Erfolgsqualifizierungen.....	150
3. Subjektiver Tatbestand	150
4. Absehen von Strafe	151
V. Anwendbarkeit von § 330 a StGB [Schwere Gefährdung durch Freisetzen von Giften]	152
VI. Strafbarkeit gem. § 51 I Nr. 1 Lebensmittel- und Bedarfsgegenstände-gesetz (LMBG)	152
VII. Strafbarkeit gem. § 126 StGB [Störung des Öffentlichen Friedens durch Androhung von Straftaten]	153
1. § 126 I StGB	153
2. § 126 II StGB	155
VIII. Strafbarkeit gem. § 145 StGB [Missbrauch von Notrufen]	156
IX. Strafbarkeit gem. § 145 d StGB [Vortäuschen einer Straftat]	157
1. § 145 d I.....	157
2. § 145 d II.....	157
X. Fazit	158
<u>Kapitel 4. Organisationspflichten, Präventionsmaßnahmen und Verhaltensstrategien für betroffene Unternehmen</u>	160
I. Lageeinschätzung	160
II. Organisatorische Maßnahmen im Vorfeldbereich (Prävention)	161
1. Schutz und Kontrolle des Produktions- und Distribuentenbereiches	161
2. Produktsicherheit („Aufrüstung“ von Verpackungen)	163
a. Zivilrechtliche Pflichten zu Produktschutzmaßnahmen.....	164
aa. Gesetzliche/normierte Pflichten	164
(1) EG-LebensmittelVO 178/2002	165
(2) Geräte- und Produktsicherheitsgesetz (GPSG).....	166
(3) Produkthaftungsgesetz (ProdHaftG)	167
bb. Allgemeine Verkehrspflichten	168
(1) Konstruktionspflichten zu „sicheren“ Produkten	168
(2) Berücksichtigung von vorsätzlichem Sabotageverhalten Dritter	169
aaa. Kriterium der Vorhersehbarkeit.....	170

bbb. Zurechnungszusammenhang u. Produktsabotagen Dritter..	171
(3) Umfang gebotener Produktschutzstandards.....	173
aaa. Situation gegenwärtiger Produktschutzstandards	175
bbb. Exemplarische Verpackungsschutzmöglichkeiten	176
ccc. Exkursorischer Blick in die USA.....	177
cc. Zwischenergebnis.....	178
b. Strafrechtliche Pflichten zu Produktschutzmaßnahmen	179
aa. Keine Kriminalstrafe für Opferunternehmen	179
bb. Fahrlässigkeitsstrafbarkeiten von Produktverantwortlichen.....	180
(1) Abgrenzung tatbestandlichen Tuns und Unterlassens	180
(2) Handlungspflichten gegen Produktsabotagehandlungen Dritter ...	181
aaa. Übertragbarkeit zivilrechtlicher Produzentenpflichten	182
bbb. Berücksichtigung strafrechtlicher Besonderheiten	184
α. Räumlich abgrenzbare Gefahrenbereiche	184
β. Vertrauensprinzip	184
χ. Pflichtwidrigkeit	185
δ. Zumutbarkeit	186
(3) Zurechnung vorsätzlichen Sabotageverhaltens Dritter	188
aaa. Regressverbotsgedanke	188
bbb. Lehre vom adäquaten Zurechnungszusammenhang.....	188
ccc. Abgrenzung nach Verantwortungsbereichen.....	189
ddd. Berücksichtigung normativer Besonderheiten.....	190
α. Produktbezogenes Sonderwissen.....	190
β. Normatives Verbrauchervertrauen	191
(4) Problem nicht erreichbarer hundertprozentiger Produktsicherheit	191
aaa. Vermeidbarkeitstheorie	192
bbb. Risikoerhöhungslehre beim Untersuchungsgegenstand.....	193
ccc. Gesteigert riskantes Produzentenverhalten.....	195
(5) Pflichtwidrigkeitszusammenhang und Schutzbereich von Pro-	
duktschutzpflichten	196
(6) Subjektive Sorgfaltspflichtenverletzung	196
dd. Zwischenergebnis	197

III. Taktische und reaktive Maßnahmen zur Krisenbewältigung (Response) .. 198

1. Notfallpläne für den Ernstfall.....	199
a. Bestimmung von Zuständigkeiten und Kompetenzen.....	200
b. Festlegung von Kontaktkette	201
c. Verhaltenshinweise bei Täterkontakten	202
aa. Allgemeine Informationen bei Telefonaten mit einem Produkterpres-	
ser.....	204
bb. Taktisches Kommunikationsverhalten bei Telefonaten mit einem Pro-	
dukterpresser	204
2. Vorbereitung notwendiger Außenkontakte.....	205
a. Beachtung der Anzeigepflicht gem. § 138 I Nr. 8, 9 StGB.....	206
b. Mitteilungs- und Kooperationspflichten gem. Art. 19 III S. 2, IV EG-Le-	
bensmittelVO 178/2002; § 5 II S. 1 GPSG	207
c. Sonstige Vorbereitungen nach „außen“	208
d. Verbraucherschutz durch Produktwarnungen und -rückrufe.....	209
aa. Zivilrechtliche Pflichten zu Produktwarnungen und -rückrufen	209
(1) Allgemein anerkannte Produzenten-Reaktionspflichten	209
(2) Mittlerweile normierte Rechtspflichten	210
(3) Zumutbarkeitskriterien	212
(4) Umfang und Reichweite von Rettungshandlungen.....	213

(5) Organisationspflichten	215
bb. Strafrechtliche Pflichten zu Produktwarnungen und -rückrufen	216
(1) Fahrlässigkeitsstrafbarkeiten durch Unterlassen.....	217
aaa. Garantenstellung von Produktverantwortlichen	218
α. Pflichten auch nach Inverkehrbringen	219
β. Gesteigerte Gefahrschaffung	219
χ. Produzentensonderwissen	220
δ. Gesteigerte normative Produzentenpflichten.....	220
bbb. Umfang gebotener Pflichten	221
ccc. Problem niemals hundertprozentiger Produktwarnungen/ -rückrufe.....	222
(2) Allgemeine Strafbarkeiten gem. § 323 c StGB	223
e. Öffentlichkeitsinformation/Medienverhalten im Ernstfall.	224
aa. Ermöglichung von Medienkontakten	224
bb. Konzepte für Presse- und Medieninformationen.....	225
cc. Abstimmungen nach innen und außen.....	227
dd. Namens- und Markenschutz	227
IV. Bewertungskriterien von Droh- und Gefährdungspotenzialen.	228
1. Indizien für eher geringeres Droh- und Gefährdungspotenzial	230
2. Indizien für eher gesteigertes Droh- und Gefährdungspotenzial.....	231
V. Strategiekonzepte und kriminaltaktische Reaktionsmodelle	233
1. Ignorieren der Drohung/„Nichtstun“	233
2. „Stille Arrangements“	236
3. Vortäuschen einer Zahlungsbereitschaft unter Hinzuziehen der Polizei.....	238
4. Frühzeitiges Einschalten der Öffentlichkeit/präventives Aus-dem-Verkehr- Nehmen bedrohter Produkte	239
5. Abschließende Betrachtung.....	241
<u>Kapitel 5. Schlusswort und Ausblick</u>	243
Literaturverzeichnis	I
I. Wissenschaftliche Literatur.....	I
II. Zeitungs- und Zeitschriftenartikel.....	XXXIV
III. Internet/Onlinenachweise	XLII
(1) Mit Autorenangaben	XLII
(2) Ohne Autorenangaben	XLIV
IV. Sonstiges Material	XLV
Stichwortregister	XLIX