

**Gründungsinformation
Nr. 25**



**Werbung:
Rechtsanwälte**

03/2005

GRÜNDUNG

Werbung: Rechtsanwälte

1. Werbung allgemein, einschließlich Internet

Die Grenzen der zulässigen Werbung für Rechtsanwälte werden im Wesentlichen durch zwei einander ergänzende Regelwerke abgesteckt: Die Bundesrechtsanwaltsordnung (§ 43b BRAO) und die Berufsordnung der Rechtsanwälte (§6, §7 BO/RA). Werbung galt bisher als Ausdruck primär gewerblicher Interessen und war daher mit dem gesetzlichen Berufsbild eines unabhängigen Organs der Rechtspflege unvereinbar. Dem Rechtsanwalt ist Werbung nur erlaubt, „soweit sie über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet und nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet ist.“ (§ 43b BRAO).

Ob die Werbung auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall abzielt, richtet sich danach, ob einzelne der angesprochenen Werbeempfänger eine Beratung oder Vertretung in einer bestimmten rechtlichen Angelegenheit benötigen und der Werbende sie aus diesem Grunde gezielt anspricht oder er sich mit seiner Werbung nur an Personen wenden will, bei denen er ein generelles Interesse an seinen Leistungen erwarten darf und sie deshalb als Auftraggeber zu gewinnen hofft (OLG Braunschweig, 12.09.2002, Aktz: 2 U 24/02)

Werbung im Internet ist für Rechtsanwälte erlaubt. Für die Anwaltshomepage gelten auch die seit dem 1.1.2002 eingeführten neuen Informationspflichten gemäß §6 TDG. Danach sind auch Anwälte verpflichtet, auf die berufsrechtlichen Regelungen hinzuweisen. Ausreichend ist hierfür ein Link auf eine entsprechende Sammlung im Netz. Darüber hinaus muss der Anwalt auf seiner Homepage angeben, welcher Kammer er angehört, die Berufsbezeichnung „Rechtsanwalt/Rechtsanwältin“, sowie den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen wurde.

2. Zulässige und unzulässige Rechtsanwaltswerbung, Fälle und andere Quellen

Zulässig	
<p><i>Beispiele für zulässige Inhalte und Gestaltungen einer Homepage sowie Telekommunikation:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sachlich informierende Werbung. • Links zwischen Anwaltskanzleien, auch wenn sie noch nie zusammengearbeitet haben. • Einrichtung einer Mailbox einschließlich Hinweis auf diese Kommunikationsmöglichkeit. • Einrichtung eines Gästebuchs, in dem Stellungnahmen hinterlassen werden können, sofern es nur zum eigenen Gebrauch dient. • Lebenslauf mit zurückhaltender Angabe von früheren Tätigkeiten. • Abbildung des Rechtsanwaltes. • Vorträge (z.B. Videos) und Autorentätigkeit. • Verkaufsangebote von bspw. alten Büchern, 	<p><i>Beispiele für herkömmliche, zulässige Rechtsanwaltswerbung:</i></p> <p>1. Interessen- und Tätigkeitsschwerpunkte, Bezeichnungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werbung, die über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet und nicht auf die Erteilung eines Auftrags gerichtet ist. • Hinweise auf Mandate und Mandanten sind nur auf Anfrage zulässig, wenn der Mandant ausdrücklich eingewilligt hat. • Jeder Anwalt darf Teilbereiche seiner Berufstätigkeit in der Werbung benennen, wenn er entsprechende Kenntnisse nachweisen kann. • Ein Rechtsanwalt darf sich in seinem Briefkopf, ebenso wie in anderen Medien auch, als „Spezialist“ für ein bestimmtes Rechtsgebiet bezeich-

¹ Schulte/Schulte, MMR 2002, 585(588) mwN. In Fn.50ff.

Zulässig

<p>aber nicht von neuen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nennung von Beratungsschwerpunkten und Tätigkeitsfeldern auf der Anwaltshomepage, ohne diese als Tätigkeits- oder Interessenschwerpunkte zu qualifizieren (AG Stuttgart, 04.06.2002, 1 C 2871/02). • gesetzlich besonders geschützte Berufsbezeichnungen als Domain-Adressen im Internet dürfen nur von Angehörigen dieser Berufe oder entsprechenden Berufsorganisationen stammen (HansOLG, Hamburg, 2.5.02, 3U303/01). • Die Nutzung sogenannter Vanity-Nummern mit berufsbezeichnenden bzw. tätigkeitsbeschreibenden Begriffen (auch Gattungsbezeichnungen) ist zulässig (BGH, Urf. vom 21.02.2002 – I ZR 281//99) siehe Anmerkung (1). • Domain Namen: <ul style="list-style-type: none"> - Der eigene Vor- und Nachnamen. - Der Namen des eigenen Unternehmens, Vereins oder Organisation. - Allgemeine beschreibende Namen. Vorsicht! Gattungsbegriffe (z.B. „mitwohnzentrale.de“) sind nach dem BGH grundsätzlich zulässig, es kann jedoch unter bestimmten Umständen dennoch eine Wettbewerbswidrigkeit zu bejahen sein, z.B bei bewusster Blockade der Mitkonkurrenten oder bei Irreführung <ul style="list-style-type: none"> - Orts- und Städtenamen sind nicht zulässig siehe Anmerkung (2). - Sog. „Tipp-Fehler“-Domains oder homophone Domains (z.B. „d-online.de“ oder „microsoft.de“) sind auch nicht zulässig. - Frei erfundenen Phantasienamen Vorsicht! Evtl. als Marke eingetragen. • Impressum ist zulässig, muss aber gut lesbar sein und darf nicht irgendwo auf der Webseite versteckt sein, umfangreiches Scrollen soll zur Rechtswidrigkeit führen. • Werbepanner, Google AdWords etc. sind grundsätzlich erlaubt, da sie vergleichbar mit Zeitungsanzeigen sind¹. • Bereithalten von Kontaktformularen auf der Homepage, mit der Möglichkeit für Interessenten, konkrete Rechtsprobleme zu schildern und Kostenvoranschläge für die Beratung zu erhalten sind zulässig (OLG Düsseldorf, 12.09.02, 2 U 24/02; vgl. auch LG Braunschweig, 13.02.02, 9 O 641/01 sowie OLG München, 20.12.01, 29 U 4592/01 „Vollmachtformulare“). • Betrieb einer Rechtsberatungs-Hotline (BGH, 26.09.02, I 44/00 und I ZR 102/00) vgl. auch LG Braunschweig, 13.02.02, 9 O 641/01, „Teledienst“ siehe Anmerkung (3). 	<p>nen, wenn eine Spezialisierung tatsächlich vorliegt (BverfG, Beschluss vom 28.07.2004, 1 BvR 159/04).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurzbezeichnung darf nur einen auf die gemeinschaftliche Berufsausübung hinweisenden Zusatz enthalten. Zusätze sind nur erlaubt, soweit dadurch keine Phantasiebezeichnung entsteht. • Eine Phantasiebezeichnung bei einer partnerschaftlich organisierten Kanzlei ist seit 03/2004 zulässig (BGH vom 11.03.2004 AZ: I ZR 62/01). <p>2. Anzeigen, Annoncen, Rundschreiben, Broschüren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anzeigen sind zulässig und nicht auf bestimmte Anlässe beschränkt. • Ein werblicher Hinweis in Anzeigen auf Sprechzeiten am Samstag ist nicht wettbewerbswidrig (LG Essen vom 8.6.2004, 45O 46/04). • Angaben in Zeitungen wie Lebenslaufabschnitte, Anfahrtsskizzen oder Fremdsprachenkenntnisse. • Verteilung eines Rundschreibens und der Angabe eine „Service-Nummer“ siehe (OLG Düsseldorf, 5.11.2002 – 20 U 105/02 vgl. auch BGH, Urf. v. 15.3.2001 – I ZR 337/98 zur Zulässigkeit von Rundschreiben). • Rechtsanwälte können in Praxisbroschüren das gesamte Tätigkeitsspektrum ihrer Kanzlei darstellen. Praxisbroschüren dürfen nicht nur an den Mandanten, sondern auch potenzielle Mandanten versandt werden. • Serienrundschreiben oder Kanzleibroschüren und andere vergleichbare Informationen, die sich an eine Vielzahl von Personen richten, auch wenn diese bislang nicht zu den Mandanten gehört haben, sind zulässig, wenn sie sich darauf beschränken, die jeweilige Kanzlei mit ihrem Beratungsangebot vorzustellen. <p>3. Inhaber, Gesellschafter, Angestellten gemeinschaftliche Berufsausübung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hinweis auf die Mitgliedschaft in einer europäischen wirtschaftlichen Interessenvertretung. • Namen früherer Kanzleihaber, Gesellschafter, Angestellter oder freier Mitarbeiter dürfen in einer Kurzbezeichnung weitergeführt werden. • Kanzleischilder können nach Größe und Aussehen so gestaltet und platziert werden, wie der Anwalt es für richtig hält. Unzulässig sind lediglich marktschreierische Übertreibungen. • Hinweis auf eine gemeinschaftliche Berufsausübung, wenn sie in einer Sozietät, in sonstiger Weise mit sozietätsfähigen Personen oder in einer dauerhaft angelegten Kooperation tätig sind. • Sponsoring bei seriösem Anlass und wenn keine reklamehafte Hervorstellung vorliegt (vgl. auch BverfG, 17.04.2000, 1 BvR 721/99).
---	---

Zulässig	
<ul style="list-style-type: none"> • Hinweise auf andere Kanzleien, mit denen tatsächlich eine feste, d. h. über den Einzelfall hinausgehende Kooperation besteht. • Nennung aller Sozi (Partner) und fest angestellten Anwälte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Angabe von Erfolgs- und Umsatzzahlen (Urteil vom 22.06.2004, Az: 3U 334/04). • Informationsveranstaltungen von Rechtsanwälten zur eigenen anwaltlichen Tätigkeit oder zu allgemeinen rechtlichen Themen sind grundsätzlich zulässig. Es dürfen auch Nichtmandanten eingeladen und ein kostenloser Mittagsimbiss gereicht werden (BGH, Urt. 1.3.2001, IZ R 300/98*). • Ein Anwalt darf für seine Informationswerbung grundsätzlich alle Werbeträger nutzen.
Unzulässig	
<p><i>Beispiele für unzulässige Inhalte und Gestaltungen einer Homepage:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Eine übertriebene Gestaltung. • Veranstaltung von Gewinnspielen. • Angaben früherer Ämter sind unzulässig. • Anzeigen auf fremden Seiten, die auf die Werbeseite des Berufsangehörigen hindeuten (Hyperlinks). • Werbung per E-Mail, wenn sie nicht als Werbung gekennzeichnet ist, nicht ohne weiteres sofort und problemlos löscherbar ist und der Adressat weitere erhebliche Nachteile hat (z.B. Blockierung des Online-Anschlusses für andere Aktionen). • Unzulässige Mandatswerbung im Internet liegt vor, wenn der Internetauftritt des Rechtsanwalts die Möglichkeit bietet, sich Vollmachtsformulare zwecks Beauftragung der werbenden Kanzlei ausdrucken zu lassen. • Werbung mit willkürlich festgelegten Billigtarifen (LG Essen, Urteil vom 8. 6. 2004, 45 O 46/04). • Branchentitel bzw. Gattungsbezeichnungen als Domain für die Homepage z. B. www.immobilienanwalt.de (AnwG Hamm, Beschl. 27.06.2002 – AR 22/01). • Sog. „Disclaimer“, in denen die Haftung drastisch anhand von Geschäftsbedingungen begrenzt wird. 	<p><i>Allgemeine Beispiele für unzulässige Rechtsanwaltswerbung:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Werbung mit Filmtiteln. • Mitwirkung an Werbung durch Dritte, die ihm selbst verboten ist. • Weitergeführte Nennung eines ausgeschiedenen Partners, da dies irreführend sein kann (Hanseatisches OLG, Beschl. 12.09.2002, 5 W 63/02) • Anwaltliche Werbung mit dem generellen, uneingeschränkten Hinweis „Auf Wunsch Hausbesuche“ ist – insbesondere wenn das Angebot besonders hervorgehoben ist, unzulässig. (LG Bonn, 24.7.01 – 3 O 251/00) • Eine Werbung mit Pauschgebühren ist einem Berater nicht möglich, wenn der Gebührenrahmen willkürlich für bestimmte Beratungsfälle festgesetzt wurde (LG Essen vom 8.6.2004, 45 O 46/04). • Kanzleien dürfen sich nicht als „führende Rechtsanwaltskanzlei deutschen Ursprungs“ und als „Partner Nr. 1 für den internationalen Mittelstand“ bezeichnen. • Irreführende Angaben sind unzulässig. Das gilt insbesondere für die Werbung mit Selbstverständlichkeiten, die das rechtssuchende Publikum nicht als solche erkennt.

Anmerkungen:

- (1) Bei Vanity-Nummern handelt es sich um eine bundesweit nur einmal zu vergebene Telefonnummer mit der Vorwahl 0800 und einem bestimmten zugeordneten Schlagwort z.B. „Rechtsanwalt“, „Anwaltskanzlei“ usw. Bei Eingabe der Buchstaben des Schlagworts über die Telefonzifferntasten, kommt die Gesprächsverbindung mit dem Schlagwort zugeordneten Anschlussinhaber zustande. Im Gegensatz zu bestimmten beschreibenden Begriffen (Gattungsbezeichnungen) bei Domain-Namen, besteht, so der Bundesgerichtshof, bei Vanity-Nummern mit den entsprechenden Gattungsbezeichnungen, nicht die Gefahr der Kanalisierung von Kundenströmen. Darüber hinaus erkennt der Marktteilnehmer, dass es sich bei dem Inhaber der Nummer nicht um den alleinigen Anbieter anwaltlicher Dienstleistungen handelt.
- (2) OLG München in dem Fall „www.rechtsanwälte-dachau.de“ (OLG München, 18.04.02, 29 U 1573/02) sah diese Domain als irreführend i.S.d. § 3 UWG an.
- (3) In zwei Grundsatzurteilen hat der BGH entschieden, dass Anwälte grundsätzlich auch **anonym** beraten dürfen. Der BGH erklärte somit, dass Anwalt-Hotlines prinzipiell zulässig sind. Der BGH betonte weiterhin, dass Anwalt-Hotlines keinen Verstoß gegen das Rechtberatungsgesetz darstellen. Auch die kostengünstige und transparente Abrechnung im „Minutentakt“ ist gebührenrechtlich zulässig (BGH, 26.09.02, I 44/00 und I ZR 102/00).

Quellen:

Bundesrechtsanwaltskammer (Hrsg.): Urteile zur Anwaltswerbung in www.brak.de, Stand: 15.10.03

Gmeiner, Alois (1999): Werbung für freie Berufe endlich erlaubt. Landsberg/Lech

o.V.: Anwalt darf mit Erfolgchancen werben, in: Handelsblatt, 09.03.2000

o.V.: Anwälte wollen Grenzen im Internet ausloten, in: SZ, vom 13.12.2000

o.V.: Anwaltliches Werberecht – eine Übersicht möglicher Werbemittel, in: MDR 5/2001

o.V.: Eine Tätigkeit als Sponsor ist bei Rechtsanwälten nunmehr grundsätzlich erlaubt, in: Stbg 2000 Nr:7

Wolff, Dietmar (2000): Neue Freiräume für Werbung. Bonn

Kanzlei Härting (Hrsg.): Urteile zum Berufsrecht der Freien Berufe, in

www.berufsordnung.de, Stand:15.10.03

o.V.: „Werbung der Freien Berufe“, in: der freie beruf 4/2001

Giwer, Elisabeth: E-Commerce-Gesetz, in: BRAK-Magazin 01/2002, Seite 9

o.V.: www.beck-aktuell.de, Stand 18.01.2005

o.V.: Berufsrecht/Berufsstand 10/04

Beck-aktuell-Redaktion, Verlag C. H. Beck, 23.Juli 2004

© Institut für Freie Berufe (IFB)
 an der Friedrich-Alexander-Universität
 Erlangen-Nürnberg
 Abteilung Gründungsberatung
 Marienstraße 2
 90402 Nürnberg
 Telefon (0911) 23565-0
 Telefax (0911) 23565-52
 E-mail ifb@rzmail.uni-erlangen.de
 Internet <http://www.ifb-gruendung.de>

Hinweis:

Das Institut für Freie Berufe übernimmt keine Garantie dafür, dass die in diesen Unterlagen bereitgestellten Informationen vollständig, richtig und in jedem Fall aktuell sind. Das Institut für Freie Berufe behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung Änderungen oder Ergänzungen der bereitgestellten Informationen vorzunehmen. Auf keinen Fall haftet das Institut für Freie Berufe für konkrete, mittelbare und unmittelbare Schäden oder Schäden, die durch fehlende Nutzungsmöglichkeiten, Datenverluste oder entgangene Gewinne - sei es aufgrund der Nichteinhaltung vertraglicher Verpflichtungen, durch Fahrlässigkeit oder eine andere unerlaubte Handlung - im Zusammenhang mit der Nutzung von Dokumenten oder Informationen bzw. der Erbringung von Dienstleistungen entstehen, die aus dieser Information zugänglich sind.