



RECHTSANWALTSKAMMER DES LANDES BRANDENBURG

## Kurzmitteilung

Ausgabe Nr. 01/2006 v. 17.01.2006

### **Kleines Werbe-ABC <sup>1</sup>**

Viele der mündlichen und schriftlichen Anfragen, die die Rechtsanwaltskammer erreichen, haben die Zulässigkeit von Werbemaßnahmen — entweder eigener geplanter oder beim Kollegen/Konkurrenten wahrgenommener — zum Gegenstand.

Bekanntlich hat für die Anwaltswerbung mit der Berufsrechtsnovelle 1994 ein Paradigmenwechsel stattgefunden. Galt anwaltliche Werbung bis dahin (oder besser gesagt bis zu den „Bastille-Entscheidungen“ des Bundesverfassungsgerichts vom 14.7.1987, die Anlass für die BRAO-Novelle waren) als grundsätzlich verboten (§ 2 RichtlRA), ist sie heute gem. § 43 b BRAO grundsätzlich erlaubt, „soweit sie über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet und nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet ist“. Flankiert wird § 43 b BRAO durch § 6 Abs. 1 BORA, wonach der Rechtsanwalt über seine Dienstleistung und seine Person informieren darf, „soweit die Angaben sachlich unterrichten und berufsbezogen sind“.

Die konkrete Ausfüllung dieser generalklauselhaften Begrifflichkeiten bereitet nach wie vor Schwierigkeiten. Dabei ist anwaltliche Werbung selbstverständlich nicht nur an den Maßstäben des § 43 b BRAO und der §§ 6 ff. BORA, sondern auch und insbesondere an den Bestimmungen des UWG zu messen. Schon viele Kolleginnen und Kollegen haben die schmerzvolle (und teure) Erfahrung machen müssen, dass Konkurrenten nicht (nur) mit einer Beschwerde bei der Rechtsanwaltskammer, sondern im wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsverfahren gegen sie vorgehen.

Einen Überblick darüber, wo die Grenze zwischen zulässiger und unzulässiger Anwaltswerbung verläuft, soll — ohne Anspruch auf Vollständigkeit— die nachfolgende alphabetische Auflistung geben:

#### **• Alleinstellungswerbung**

Unzulässig. Aussagen wie „Unsere Kanzlei ist Partner Nr. 1 im internationalen Mittelstand“ sind nach wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten als Alleinstellungswerbung zu bewerten und verstoßen damit gegen § 3 UWG. Vgl. LG Nürnberg-Fürth, NJW 2004, 689.

---

<sup>1</sup> veröffentlicht in den Kammermitteilungen der RAK Düsseldorf vom Januar 2005 und zum Zwecke der Publikation den örtlichen Umständen angepasst

#### • **Angabe von Erfolgs- und Umsatzzahlen**

Unzulässig. § 6 Abs. 2 5. 1 BORA (neuester Fassung) erklärt die Werbung mit Erfolgs- und Umsatzzahlen ausdrücklich für unzulässig. Allerdings hält das OLG Frankfurt (NJW 2000, 1652) es für nicht beanstandenswert, dass ein Rechtsanwalt in einem Presseinterview die Risiken und Chancen der Prozessführung in einem bestimmten Spezialgebiet erläutert und darauf hinweist, dass entsprechende, von ihm geführte Prozesse „durchweg“ erfolgreich gewesen seien.

#### • **Angabe von Interessen- und Tätigkeitsschwerpunkten**

Zulässig. Nach der derzeit noch nicht veröffentlichten Neufassung von § 7 BORA (vgl. „Angabe von Teilbereichen der Berufstätigkeit“) sind die Begriffe „Interessenschwerpunkte“ und „Tätigkeitsschwerpunkte“ nicht mehr verbindlich. Zulässig ist ihre Verwendung aber nach wie vor, da § 7 Abs. 1 S. 2 BORA n.F. ja ausdrücklich die Benennung von „Teilbereichen der Berufstätigkeit mit qualifizierenden Zusätzen“ zulässt. Dabei wird man — anders als in der Vorschrift gefordert — bei der Verwendung des Begriffs „Interessenschwerpunkt“ kaum verlangen können, dass der so Werbende „auf dem benannten Gebiet in erheblichem Umfang tätig gewesen“ ist.

#### • **Angabe von „Teilbereichen der Berufstätigkeit“**

Zulässig. Nach dem neu gefassten § 7 BORA, mit dessen In-Kraft-Treten nun bald zu rechnen ist, tritt an die Stelle der alten dreiteiligen Stufenleiter (Interessenschwerpunkte, Tätigkeitsschwerpunkte, Fachanwaltsbezeichnungen) eine neue, die lautet: Teilbereiche der Berufstätigkeit ohne qualifizierende Zusätze, Teilbereiche der Berufstätigkeit mit qualifizierenden Zusätzen, Fachanwaltsbezeichnungen. Die zahlenmäßigen Obergrenzen des alten § 7 BORA (maximal drei Tätigkeitsschwerpunkte und fünf Benennungen insgesamt) wurde nicht wieder aufgegriffen. Es können also theoretisch eine Vielzahl von Teilbereichen benannt werden, wobei aber sicher die Grenzen der „praktischen Vernunft“ zu beachten sind.

Teilbereiche ohne qualifizierenden Zusatz (z.B. „Arbeitsrecht“ oder „Arbeitsrechtskanzlei“) beschreiben nur allgemein den Schwerpunkt der anwaltlichen Tätigkeit. Wer so wirbt, muss in der Lage sein, seinen Angaben entsprechende Kenntnisse nachzuweisen, die in der Ausbildung, durch Berufstätigkeit, Veröffentlichungen oder in sonstiger Weise erworben wurden. Nach dem ausdrücklichen Willen der Satzungsversammlung muss es sich nur um „den Angaben entsprechende“ Kenntnisse, nicht auch um besondere Kenntnisse handeln.

Teilbereiche der Berufstätigkeit mit qualifizierenden Zusätzen („Tätigkeitsschwerpunkt: ...“, „Spezialist für ...“) bezeichnen nicht nur — gewissermaßen neutral — die fachliche Ausrichtung der anwaltlichen Tätigkeit, sondern zielen (in der Regel) auf die Hervorhebung einer entsprechenden besonderen Qualifikation. Wer sich einer solchen, das normale Maß übersteigenden Qualifikation berührt, muss zusätzlich über entsprechende theoretische Kenntnisse verfügen und auf dem benannten Gebiet in erheblichem Umfang tätig gewesen sein. Zur Verwendung des qualifizierenden Zusatzes „Spezialist“, „Experte“, „Fachmann“

etc. siehe „Verwendung des Zusatzes „Spezialist“ pp.

#### • **Anlasslose Werbung**

Zulässig. Anders als früher bedarf das Schalten einer Zeitungsannonce etc. nicht mehr eines besonderen Anlasses (wie etwa der Eröffnung oder Verlegung der Kanzlei, der urlaubsbedingten Abwesenheit, des Eintritts neuer Anwälte oder der Suche nach Personal). Es ist vielmehr möglich, so oft und breit gefächert wie gewünscht zu werben. Vgl. BGH NJW 1997, 2522 AnwBl. 1997, 562.

#### • **Aufstellen von Hinweisschildern u. Ä.**

Grundsätzlich zulässig. Das Aufstellen von Hinweisschildern wird, zumindest in der näheren Umgebung der Kanzlei, für zulässig gehalten. Dies insbesondere dann, wenn das Auffinden der Kanzleiräume anderenfalls schwierig wäre. Eine schon regelrecht gängige Werbemaßnahme ist es, auf dem Bürgersteig vor der Kanzlei einen Fahrradständer aufzustellen, der ein entsprechendes Hinweisschild trägt. Auch das Bekleben der Fensterscheiben der Kanzlei mit Informationen, die den Anforderungen der §§ 43b BRAO, 6 ff. BORA genügen, wird nicht beanstandet.

#### • **Auftreten als Außen- oder Scheinsozietät**

Zulässig. Das Auftreten von Rechtsanwälten, die nur in Form einer Bürogemeinschaft (oder gar nicht) zur gemeinschaftlichen Berufsausübung verbunden sind, als (örtliche oder überörtliche) Sozietät wird heute allgemein für zulässig gehalten. Zu beachten ist allerdings das erhebliche Haftungsrisiko. Führen Anwälte gemeinsame Briefbögen, Praxisschilder etc. werden sie im Schadensfall nach den Grundsätzen der Anscheinshaftung auch tatsächlich wie eine Sozietät behandelt.

Bürogemeinschaften, die jeden Haftungsverbund vermeiden wollen, kann nur geraten werden, getrennte Briefbögen zu führen, auf denen lediglich (etwa in der Randleiste) auf die Bürogemeinschaft mit dem oder den anderen hingewiesen wird. Vgl. OLG Köln MDR 2003, 900.

Zu beachten (und vielfach unbekannt) ist auch, dass Außensozietäten im Falle des Auseinandergehens gem. § 32 Abs. 3 BORA zum Teil wie Sozietäten behandelt werden.

#### • **Bandenwerbung**

Zulässig. Die viel beschworene Werbung auf der Bande in einem Sportstadion ist zulässig, sofern die Werbeaussagen in Einklang mit den §§ 43b BRAO und 6 ff. BORA stehen und der Wahrheit entsprechen. Die Wahl eines aus anwaltlicher Sicht unkonventionellen Mediums führt nicht zur Unsachlichkeit der Werbung. Vgl. AGH Hamm NJW-RR 2002, 1065.

#### • **Berichterstattung durch die Presse**

Grundsätzlich zulässig. Rechtsanwälte dürfen sich für Interviews und Pressekonferenzen zur Verfügung stellen und dabei auch berufsbezogene

Informationen weitergeben. Vgl. BVerfG BRAK-Mitt. 2000, 36. Die Grenze bilden hier die Verschwiegenheitsverpflichtung gegenüber dem Mandanten und die allgemeinvertragliche Pflicht, die Interessen des Mandanten bestmöglich zu wahren und zu schützen. Das kann bedeuten, dass der Anwalt sich selbst dann Zurückhaltung auferlegen muss, wenn der Mandant mit einer Berichterstattung einverstanden ist, hierauf möglicherweise sogar besonderen Wert legt.

#### • **Durchführung von Informationsveranstaltungen für (potenzielle) Mandanten**

Grundsätzlich zulässig. Die Durchführung von juristischen Informationsveranstaltungen in eigenen oder fremden Räumlichkeiten ist auch dann zulässig, wenn sich die Veranstaltung an eine bestimmte Zielgruppe richtet, bei der entsprechender Beratungsbedarf vorausgesetzt wird (z.B. Seminar zu arbeits- oder steuerrechtlichen Problemen vor mittelständischen Unternehmern). Vgl. BGH NJW 2001, 2087 = AnwBl. 2001, 567. Allerdings darf die Grenze zur unzulässigen Werbung um die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall nicht überschritten werden. Unzulässig wäre es deshalb z.B., die Hinterbliebenen der Opfer einer Flugzeug-Katastrophe zu einer Informationsveranstaltung über die Durchsetzung von Schadensersatzansprüchen einzuladen.

#### • **Führen akademischer Grade und weiterer Titel**

Grundsätzlich zulässig. Rechtmäßig erworbene akademische und/oder berufsbezogene Titel (z.B. einen Doktor- oder Honorarprofessortitel, den Titel „Justizrat“, den Titel „LL.M.“) darf der Rechtsanwalt selbstverständlich führen. Es gilt §§ 19 ff. Hochschulgesetz.

Bei ausländischen akademischen Graden ist zu unterscheiden, ob diese in einem Staat der Europäischen Union oder außerhalb der EU erworben wurden. Grade, die von einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule eines Mitgliedstaats der EU verliehen worden sind, dürfen inzwischen ohne die früher obligatorischen Herkunftshinweise geführt werden, indes nur in der sprachlichen Fassung des Herkunftslandes oder in einer präzisen Übersetzung ins Deutsche; die Verwendung eines inhaltlich entsprechenden Begriffes ist unstatthaft. Erforderlich ist allerdings stets, dass die Hochschule nach dem Recht des Sitzlandes staatlich anerkannt ist. Wer diesbezügliche Zweifel hat, sollte Erkundigungen einziehen.

Hinsichtlich der Führung von „Nicht-EU-Graden“ wird dringend empfohlen, dass der Inhaber eines „Nicht-EU-Grades“ eigenverantwortlich prüft, ob die gesetzlichen Voraussetzungen für die Führbarkeit erfüllt sind; maßgeblich sind insoweit §§ 20 und 20 a Brb. Hochschulgesetz.

Als problematisch wird das Führen des Titels „Dipl.-Jurist“ angesehen, den inzwischen zahlreiche Universitäten nach dem ersten juristischen Staatsexamen verleihen. Hier besteht die Gefahr einer Irreführung des rechtsuchenden Publikums, das im Zweifel nicht erkennen wird, dass es sich bei dem Erwerb des Diploms lediglich um ein notwendig zu durchlaufendes Stadium auf dem Weg zum Volljuristen handelt, sondern glaubt, der Rechtsanwalt, der zugleich den Titel „Dipl.-Jurist“ führt, verfüge über eine Zusatzqualifikation.

- **Führen der Bezeichnung „Fachanwalt für ...“**

Zulässig. Die Bezeichnung „Fachanwalt für . . .“ darf gem. § 43c Abs. 1 S. 1 BRAO i. V. m. den Bestimmungen der Fachanwaltsordnung derjenige Rechtsanwalt führen, dem nach Durchlaufen eines förmlichen Antragsverfahrens von der Rechtsanwaltskammer die entsprechende Befugnis verliehen wurde.

- **Führen weiterer Berufsbezeichnungen**

Grundsätzlich zulässig. Übt der Rechtsanwalt neben dem Anwaltsberuf weitere Berufe, etwa den des Zahnarztes, aus, die mit dem Anwaltsberuf vereinbar sind (§ 7 Nr. 8 BRAO), darf er auch die entsprechenden weiteren Berufsbezeichnungen führen. Vgl. BVerfG NJW 1990, 2122.

- **Häufige Werbung**

Zulässig. Es gilt das zur „anlasslosen Werbung“ Gesagte.

- **Halten von Vorträgen**

Grundsätzlich zulässig. Es gilt das zur „Durchführung von Informationsveranstaltungen“ Gesagte.

- **Hinweis auf Ehrenämter u. Ä.**

Zulässig. Dem Rechtsanwalt ist es gestattet, über aktuell oder früher, hauptberuflich, nebenberuflich oder ehrenamtlich ausgefüllte Ämter zu informieren. Er darf also etwa mit dem Hinweis „Präsident des LG XY a. D.“, „Honorarprofessor an der Universität XY“ oder „Mitglied im Vorstand der Rechtsanwaltskammer XY“ an die Öffentlichkeit treten. Vgl. BGH NJW 1997, 3238 = AnwBl. 1997, 564; AnwG Hamm NJW-RR 2000, 793.

- **Hinweis auf Mandate und Mandanten**

Mit Einschränkung zulässig. Nach der eindeutigen Regelung in § 6 Abs. 2 S. 2 BORA sind Hinweise auf Mandate und Mandanten nur in Praxisbroschüren, Rundschreiben und anderen vergleichbaren Informationsmitteln (etwa dem Internet) oder auf Anfrage zulässig, soweit der Mandant ausdrücklich eingewilligt hat. Die Einwilligung des Mandanten ist nicht nur im Hinblick auf die Zulässigkeit der Werbemaßnahme, sondern auch und vor allem im Hinblick auf die anwaltliche Schweigepflicht von Bedeutung.

- **Hinweis auf Mitgliedschaften**

Grundsätzlich zulässig. Der Hinweis auf die Mitgliedschaft in berufsbezogenen Organisationen (z.B. in einer Arbeitsgemeinschaft des DAV) wird allgemein toleriert. Je nach Ausgestaltung besteht allerdings die Gefahr der Irreführung, wenn das rechtsuchende Publikum den Hinweis auf die Mitgliedschaft in einer fachspezifisch ausgerichteten Gemeinschaft als Qualitätsnachweis missverstehen kann.

### • In-Aussicht-Stellen von Hausbesuchen

Grundsätzlich zulässig. Der Hinweis, dass „auf Wunsch“ Hausbesuche gemacht werden, beschreibt einen Zustand, der durchaus nicht unüblich ist, und wird allgemein für zulässig gehalten. Die gegenteilige Auffassung vertritt das LG Bonn (NJW-RR 2001, 916), das eine solche Werbung als „anlockend und anbiedernd und damit mit der Würde eines unabhängigen Organs der Rechtspflege nicht vereinbar“, letztlich also als unsachlich deklassiert.

Problematisch wäre es wohl, wenn das Abstatten von Hausbesuchen als Regelfall beworben würde, weil der Anwalt dann in Konflikt mit der Kanzleipflicht (§ 27 BRAO), also der Verpflichtung geriete, zu den üblichen Bürozeiten zumindest mit einer gewissen Regelmäßigkeit in seinen Kanzleiräumen erreichbar zu sein.

### • Internetwerbung

Zulässig. Das Einrichten einer Homepage ist zulässig, sofern die Vorgaben der §§ 43 b BRAO, 6 ff. BORA berücksichtigt werden. Vgl. LG Berlin NJW-RR 2001, 1643. Selbstverständlich dürfen auf der Homepage auch Fotos enthalten sein. Auch Online-Formulare, wie z.B. Vollmachten, Honorarvereinbarungen oder PKH-Erklärungen, dürfen auf der Website zum Herunterladen vorgehalten werden. Vgl. OLG München NJW 2002, 760. Zu beachten sind die Informationspflichten nach dem Teledienstegesetz (TDG), zu denen u.a. auch Angaben über die Berufskammer, der der Anwalt angehört, sowie die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen zählen (§ 6 TDG).

### • Kundgabe beruflicher Zusammenarbeit

Grundsätzlich zulässig. Gem. § 8 BORA darf auf eine berufliche Zusammenarbeit (nur) hingewiesen werden, „wenn sie in einer Sozietät, in sonstiger Weise (Anstellungsverhältnis, freie Mitarbeit) mit sozietätsfähigen Personen i.S.d. § 59a BRAO oder in einer auf Dauer angelegten und durch tatsächliche Ausübung verfestigten Kooperation erfolgt“. Zulässig ist außerdem der Hinweis auf die Mitgliedschaft in einer Europäischen Wirtschaftlichen Interessenvereinigung (EWIV).

Da die Beschränkungen des § 59a Abs. 1 S. 1 BRAO (wonach Rechtsanwälte sich nur „mit Mitgliedern einer Rechtsanwaltskammer und der Patentanwaltskammer, mit Steuerberatern, Steuerbevollmächtigten, Wirtschaftsprüfern und vereidigten Buchprüfern“ zu einer Sozietät oder Bürogemeinschaft zusammenschließen dürfen) nur für die Verbindung „zur gemeinschaftlichen Berufsausübung“ gelten, sind das Eingehen einer (verfestigten) Kooperation und der Hinweis hierauf auch mit Personen (z.B. Ärzten, Ingenieuren, Sachverständigen) zulässig, die keiner der in § 59a Abs. 1 S. 1 BRAO abschließend genannten Berufsgruppen angehören.

### • Leucht-/Neon-Reklame

Zulässig. Zu den Werbemaßnahmen, die heute schon als üblich gelten, gehören Namenszüge oder z.B. Paragraphenzeichen aus farbigen Neonröhren. Die gegenteilige Auffassung vertrat hierzu vor einigen Jahren das OLG Frankfurt (NJW 1999, 2826 = AnwBl. 1999, 558), das allerdings maßgeblich auf die Einbettung der Anwaltswerbung in „zweifelhafte“ Angebote der Umgebung (aber nicht etwa die des

Rotlicht-Milieus, sondern die eines Friseurs und eines Pflegedienstes) abstellte.

- **Omnibuswerbung**

Zulässig. Es gilt das zur „Bandenwerbung“ Gesagte.

- **Plakatwerbung**

Zulässig. Es gilt das zur „Bandenwerbung“ Gesagte.

- **Preiswerbung**

Mit Einschränkung zulässig. Zulässig ist natürlich der Hinweis auf die Höhe einer Erstberatungsgebühr und die allgemeine Gebührenstruktur.

Unzulässig ist dagegen die Werbung mit niedrigen Pauschalgebühren unter Außerachtlassung von § 4 Abs. 2 5. 3 RVG, wonach in außergerichtlichen Angelegenheiten zwar unterhalb der gesetzlichen Gebühren liegende Vergütungen vereinbart werden können, diese aber „in einem angemessenen Verhältnis zu Leistung, Verantwortung und Haftungsrisiko des Rechtsanwalts stehen“ müssen. Vgl. OLG Hamm NJW 2004, 3269 = AnwBl. 2004, 653 = BRAK-Mitt. 2004, 285.

- **Radio-/Fernseh-/Kino-Werbung**

Zulässig. Die Form des gewählten Mediums ist für die Zulässigkeit von Anwaltswerbung unerheblich. Selbstverständlich muss auch Werbung unter Zur-Hilfe-Nahme der modernen Massenmedien den Anforderungen der §§ 43b BP.AO, 6ff1 BORA genügen.

- **Straßenbahnwerbung**

Zulässig. Es gilt das zur „Bandenwerbung“ Gesagte.

- **Taxiwerbung**

Zulässig. Es gilt das zur „Bandenwerbung“ Gesagte.

- **Teilnahme an einer Messe**

Grundsätzlich zulässig. Die Beteiligung eines Rechtsanwalts mit einem eigenen Stand an einer nicht-juristischen Messe oder Leistungsschau ist in der Regel zulässig. Für die abschließende Beurteilung kommt es maßgeblich auf die Gestaltung des Ausstellungsstandes, die Art und Weise der Präsentation der Dienstleistung und das Auftreten der den Stand betreuenden Personen an. Vgl. OLG Saarbrücken NJW 2000, 2826.

- **Trikotwerbung**

Zulässig. Es gilt das zur „Bandenwerbung“ Gesagte.

- **„Überdimensionale“ Werbung**

Zulässig. Während früher anwaltliche Zeitungsanzeigen und Kanzleischilder eine gewisse Größe nicht überschreiten durften, und langjährige Mitglieder von Kammervorständen und -geschäftsstellen noch davon zu berichten wissen, wie man mit Zollstock bewaffnet durch die Lande zog, um Praxisschilder zu vermessen, spielt die Größe von Werbeträgern heute keine Rolle mehr. Insbesondere lässt sich aus der Größe einer Werbemaßnahme nicht deren Unsachlichkeit ableiten. Vgl. BVerfGE 94, 372; BGH NJW 2000, 3000; OLG Düsseldorf NJW-RR 2001, 922.

- **Veranstaltung von Vernissagen, (Kunst-)Ausstellungen u. Ä.**

Grundsätzlich zulässig. Die Veranstaltung von Vernissagen oder Kunstausstellungen in den Kanzleiräumen und die Einladung von Mandanten wie Nicht-Mandanten zu diesen Ereignissen stellen keine Werbung im eigentlichen Sinne, sondern eine „rein tatsächliche Handlung“ dar, sofern der eigentliche Anlass nicht gänzlich hinter dem Zweck der Kanzleipräsentation zurücktritt.

- **Veröffentlichung von Informationsartikeln in Zeitschriften, Anzeigenblättern etc.**

Grundsätzlich zulässig. Es gilt das zur „Durchführung von Informationsveranstaltungen“ Gesagte entsprechend. Die Gefahr der verbotenen Werbung um Einzelfallmandate besteht im Zweifel nicht.

- **Verteilung von Rundschreiben, Praxisbroschüren, Flyern u. ä.**

Grundsätzlich zulässig. Die Verteilung von Rundschreiben, Praxisbroschüren, Flyern, Handzetteln etc. ist grundsätzlich auch dann zulässig, wenn es sich bei den Adressaten um Nicht-Mandanten handelt. Der Anwalt darf etwa Werbeschreiben in großem Stil versenden, Rundschreiben in die Briefkästen der Nachbarschaft einwerfen, Handzettel hinter die Scheibenwischer parkender Autos klemmen und sogar Praxisbroschüren und Visitenkarten in Geschäften und an sonst öffentlich zugänglichen Plätzen auslegen. Vgl. BGH NJW 2001, 2886 = AnwBl. 2001, 628. Allerdings darf die Grenze zur unzulässigen Werbung um ein Mandat im Einzelfall nicht überschritten werden. Vgl. OLG Düsseldorf NJW-RR 1999, 1076.

- **Verwendung des Begriffs „Spezialist“ pp.**

Mit Einschränkung zulässig. Bei den Angaben „Spezialist“, „Experte“, „Fachmann“ etc. handelt es sich um „qualifizierende Zusätze“ i.S.v. § 7 Abs. 1 5. 2 BORA n.F. (vgl. hierzu „Angabe von Teilbereichen der Berufstätigkeit“).

In Einklang mit der Spezialisten-Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 28.7.2004 (NJW 2004, 2656 = AnwBl. 2004, 586 BRAK-Mitt. 2004, 231) hält der Vorstand der Rechtsanwaltskammer Brandenburg die Verwendung des Begriffs „Spezialist“ etc. allerdings nur für zulässig, wenn das benannte Rechtsgebiet nicht bereits mit einer Fachanwaltsbezeichnung belegt ist, **und** wenn der so Werbende über weit überdurchschnittliche theoretische Kenntnisse und praktische Erfahrungen verfügt. Diese Auffassung entspricht auch § 7 Abs. 2 BORA n.F., wonach Benennungen nach Abs. 1 ja unzulässig sind, „soweit sie die Gefahr einer

Verwechslung mit Fachanwaltschaften begründen oder sonst irreführend sind“.

#### • **Verwendung eines Logos**

Grundsätzlich zulässig. Die Verwendung eines Logos (z.B. einer Waage, eines Stadttors) wird im Wesentlichen für zulässig gehalten. Vgl. AGH Hamburg NJW 2002, 3557 = AnwBl. 2003, 172. Allerdings hat das OLG Düsseldorf (BRAK-Mitt. 2000, 46) ein Logo, das einen die Hörner senkenden Stier zeigt, als unzulässig bewertet, da hierdurch impliziert werde, der Rechtsanwalt sei „kampfbereit“ und verspreche eine besonders aggressive und durchsetzungsfähige Interessenvertretung.

#### • **Verwendung von Buchstabenkürzeln**

Zulässig. Die — früher höchst umstrittene — Verwendung von Buchstabenkürzeln auf Briefbögen, Visitenkarten etc. ist nach der letzten Neufassung von § 9 BORA unproblematisch. Die Vorschrift bestimmt ganz allgemein, dass bei gemeinschaftlicher Berufsausübung „eine Kurzbezeichnung geführt werden“ darf. Es ist nicht erforderlich, dass die verwendete Buchstabenfolge einen konkreten Bezug zu der sonstigen Kanzlei-Bezeichnung und/oder den in der Kanzlei tätigen Rechtsanwälten aufweist. Vgl. BGH NJW 2002, 608. Auch reine Fantasienamen („artax“) sind zulässig (OLG Karlsruhe AnwBl. 2001, 240).

#### • **Verwendung von Internet-Domains mit Alleinstellungscharakter**

Grundsätzlich zulässig. Angesichts der großzügigen Rechtsprechung des BGH zur Zulässigkeit von Internet Domains mit Alleinstellungscharakter (vgl. BGH NJW 2001, 3262 — „Mitwohnzentrale“), werden inzwischen auch Domains wie „rechtsanwalt-duesseldorf.de“ oder „scheidungsrecht.de“ für zulässig gehalten. Der BGH geht davon aus, dass durchschnittlich informierte und verständige Internet-Nutzer nicht glaubten, bei Aufruf entsprechender Seiten einen alleinigen Anbieter (bestimmter) anwaltlicher Dienstleistungen zu erreichen. So z.B. auch LG Duisburg NJW 2002, 2114; a.A. noch OLG Celle NJW 2001, 2100, LG München NJW 2001, 2100, und AGH Berlin BRAK-Mitt. 2002, 187. Beschreibt die Domain ein konkretes Rechtsgebiet, wird man allerdings verlangen müssen, dass der Verwender auf dem entsprechenden Gebiet auch tatsächlich schwerpunktmäßig tätig ist.

#### • **Verwendung von Kurzbezeichnungen**

Zulässig. § 9 BORA bestimmt, dass „bei gemeinschaftlicher Berufsausübung, soweit sie in einer Sozietät, Partnerschaftsgesellschaft oder in sonstiger Weise (Anstellungsverhältnis, freie Mitarbeit) mit sozietätsfähigen Personen i.S.d. § 59 a BRAO erfolgt, eine Kurzbezeichnung geführt werden“ (darf). Diese muss bei der Unterhaltung mehrerer Kanzleien einheitlich geführt werden. Phantasiebezeichnungen sind zulässig. Es gilt das zur „Verwendung von Buchstabenkürzeln“ Gesagte.

#### • **Weiterführung ausgeschiedener Kanzleihinhaber pp.**

Grundsätzlich zulässig. Gem., § 10 Abs. 4 BORA dürfen „ausgeschiedene Kanzleihinhaber, Gesellschafter, Angestellte oder freie Mitarbeiter“ auf dem

Briefbogen (und in sonstigen Verlautbarungen) weitergeführt werden, wenn ihr Ausscheiden kenntlich gemacht wird.

Dies geschieht üblicherweise durch den Zusatz „(bis 20..)“ oder — bei verstorbenen Personen — auch durch das Platzieren eines Kreuzes hinter dem Namen.

Wird ein ausgeschiedener Kanzleihinhaber pp. an anderer Stelle als Anwalt tätig, ist bei der Briefbogengestaltung sehr darauf zu achten, dass jede Irreführung des rechtsuchenden Publikums vermieden und z.B. nicht der falsche Eindruck einer in Wirklichkeit nicht bestehenden Zusammenarbeit verschiedener Kanzleien erweckt wird.

#### • **Werbung auf Informationstafeln**

Grundsätzlich zulässig. Die Werbung auf Informationstafeln im öffentlichen Verkehrsraum (also z.B. auf Stadtorientierungsplänen, Litfasssäulen oder den üblichen, z.T. auch beleuchteten Hinweissäulen vor Einkaufszentren) wird grundsätzlich für zulässig gehalten, weil aus dem gewählten Medium nicht auf eine Unsachlichkeit geschlossen werden kann. Die gegenteilige Ansicht vertritt das OLG Hamm (NJW-RR 2002, 1353), das einer solchen „Permanentswerbung“ einen stark reklamehaft geprägten Charakter zuschreibt.

#### • **Werbung um die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall**

Unzulässig. Gem. § 43b 2. Hs. BRAO darf die Werbung des Rechtsanwalts nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet sein. Potenzielle Mandanten sollen die Entscheidung, ob und bei wem anwaltlicher Rat gesucht wird, frei und unbedrängt treffen können. Es soll jeder Anschein vermieden werden, dass ein konkreter Beratungsbedarf oder schlimmer noch — eine konkrete Notlage eines Rechtsuchenden ausgenutzt wird. Dies selbst dann, wenn der potenzielle Mandant sich gar nicht bedrängt fühlen würde, sondern im Gegenteil für die Hilfestellung dankbar wäre. Verbotene Werbung um ein Mandat im Einzelfall liegt etwa vor, wenn der Anwalt, der einen Verkehrsunfall beobachtet, den Unfallbeteiligten seine Visitenkarte überreicht, oder wenn der Anwalt die Hinterbliebenen aus einer Todesanzeige anruft und ihnen erbrechtliche Beratung anbietet.

Interessant ist in diesem Zusammenhang eine neue Entscheidung des OLG Hamburg (NJW 2005, 2783), die einen Fall behandelt, in dem eine Anwaltskanzlei unaufgefordert Schreiben an bestimmte Kapitalanleger richtete, in denen den Adressaten mitgeteilt wurde, dass ihnen durch ihre Beteiligung bereits ein Schaden entstanden sei, sich ihr Risiko fortlaufend erhöhe, wegen drohender Verjährung umgehendes Handeln erforderlich sei, die Möglichkeit der Sammel- oder Einzelklage bestehe und bei Interesse dringend Rücksendung verschiedener Unterlagen, u.a. einer beigefügten und vom Adressaten zu unterzeichnenden Prozessvollmacht, erbeten werde. Die Grenzziehung kann im Einzelfall schwierig sein. So hat etwa das Amtsgericht Köln (Az.: EV 94/99) in einem unveröffentlichten Urteil festgestellt, dass es im Interesse potenzieller Geschädigter eines Time-Sharing-Unternehmens liege, wenn ein Anwalt, der bereits eine Vielzahl Geschädigter vertrete, sich an weitere Anleger wende. Hier gehe es auch und gerade um die Interessen der bereits vertretenen Mandanten, und zwar zum einen um den „Bündelungseffekt“ und zum anderen um „Informationsgewinnung und umfassende Sachaufklärung“, weshalb

das Verbot der Einzelfallwerbung zurückzutreten habe.

*Veröffentlicht mit freundlicher Genehmigung von Frau Rechtsanwältin  
Dr. Susanne Offermann-Burckart, Hauptgeschäftsführerin der RAK Düsseldorf;  
die Passage zum Führen akademischer Titel ist der brandenburgischen  
Gesetzeslage angepasst worden*

**Impressum RAK Brandenburg**

Rechtsanwaltskammer des Landes Brandenburg  
Grillendamm 2, 14776 Brandenburg an der Havel  
Tel: 03381 – 25330, Fax: 03381 – 253323, e-Mail: [info@rak-brb.de](mailto:info@rak-brb.de)

Verantwortlichkeiten:

Inhalte: RA Dr. Frank Engelmann, Präsident  
Internetauftritt: RA Dr. Frank Engelmann, Präsident

Zum Abbestellen des Newsletters senden Sie bitte eine Mail an [info@rak-brb.de](mailto:info@rak-brb.de) mit Ihrer Kanzleibezeichnung und Ihrer e-Mail Adresse.