

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	15
Einführung	19
A. Geänderte Rahmenbedingungen für die anwaltliche Werbung	20
B. Ausgangslage: Lockerung des anwaltlichen Werbeverbots unter dem Einfluss der internationalen Entwicklung	23
C. Das Werberecht im Spannungsfeld der Interessen von werbenden Rechtsanwälten, Konkurrenten und Rechtsuchenden	25
D. Ziel und Gang der Untersuchung	26
1. Kapitel: Anwaltliche Werbung als Gegenstand der Untersuchung	30
A. Gesetzliche Regelungen	30
B. Erwartungen der Rechtsuchenden an den Begriff der Werbung	30
C. Betriebswirtschaftliche Begriffsbestimmung	32
D. Rechtliche Begriffsbestimmung	34
I. Definition der Werbung durch die Rechtsprechung	34
II. Definitionen der Werbung durch die Rechtswissenschaft	35
III. Eigenes Verständnis	36
E. Ergebnis	37
2. Kapitel: Rechtlicher Rahmen der Rechtsanwaltswerbung	38
A. Berufsrechtliche Regelungen anwaltlicher Werbung	39
I. Rechtslage bis zum Jahr 1994	39
1. Werbeverbot für Rechtsanwälte bis 1945	40
2. Regelung des anwaltlichen Werberechts in der Bundesrechtsanwaltsordnung	41
3. Ergänzung des § 43 BRAO durch Richtlinien zum anwaltlichen Standesrecht	42
4. Abkehr von den Richtlinien zum anwaltlichen Standesrecht: Die Beschlüsse des Bundesverfassungsgerichts vom 14. Juli 1987 und ihre Auswirkungen	44
II. Einführung der geltenden Regelung anwaltlicher Werbung in § 43b BRAO	47

1.	Anwendungsbereich	48
2.	Berufsbezogenheit	49
3.	Sachlichkeit	51
a)	Definitionen durch die Rechtsprechung und Wissenschaft	52
b)	Auslegung des Begriffs der Sachlichkeit	55
aa)	Grammatische Auslegung	55
bb)	Historische Auslegung	56
cc)	Systematische Auslegung	57
dd)	Teleologische Auslegung	59
ee)	Verfassungskonforme Auslegung	61
c)	Eigenes Verständnis	63
4.	Verbot der Einzelfallbezogenheit	633
5.	Ergebnis	65
III.	Berufsordnung der Rechtsanwälte	66
1.	Anwendungsbereich der Berufsordnung	67
2.	Konkretisierung der Generalklausel des § 43b BRAO durch §§ 6 ff. BORA	69
3.	§ 6 BORA: »Werbung«	70
a)	Inhalt der Regelung	70
b)	Verfassungsmäßigkeit des Verbots der Angabe von Umsatzzahlen	72
4.	§ 7 BORA: »Benennung von Teilbereichen der Berufstätigkeit«	73
a)	Aktuelle Fassung des § 7 BORA	74
b)	Ursprüngliche Fassung des § 7 BORA	75
aa)	Satzungsermächtigung zur Regelung der Benennung von Tätigkeitsschwerpunkten, § 59b Nr. 3 BRAO	76
bb)	Anwendungsbereich	77
cc)	Umfang eines Schwerpunktes	78
dd)	Zusammenfassung mehrerer Rechtsgebiete zu einem Schwerpunkt	78
ee)	Erläuterung der den Fachanwaltstitel betreffenden Rechtsgebiete	79
c)	Änderung des § 7 BORA zum 1. Januar 2003	80
d)	Ergänzung durch § 7 Abs. 3 BORA zum 1. Juli 2003	81
5.	§ 7a BORA: »Bezeichnung als Mediator«	82
6.	§ 8 BORA: »Kundgabe beruflicher Zusammenarbeit«	82
7.	§ 9 BORA: »Kurzbezeichnungen«	83
8.	§ 10 BORA: »Briefbögen«	85
a)	Formelle Rechtmäßigkeit	86
b)	Materielle Rechtmäßigkeit	86
9.	Ergebnis	87
B.	Rechtsanwaltswerbung im Rahmen des Wettbewerbsrechts	87
I.	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb	88

1.	Zweck und Geltungsbereich des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb	89
2.	Exkurs: Verstoß gegen §§ 1, 3 UWG a. F.	90
a)	Handeln im geschäftlichen Verkehr	91
b)	Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs	91
aa)	Wettbewerbshandlung	91
bb)	Wettbewerbsabsicht	93
cc)	Ergebnis	94
c)	Verstoß gegen § 3 UWG a. F.	95
aa)	Angaben über geschäftliche Verhältnisse	95
bb)	Irreführung	96
cc)	Ergebnis	99
d)	Verstoß gegen § 1 UWG a. F.	99
aa)	Gute Sitten	99
bb)	Rechtsbruch: Verstoß gegen § 43b BRAO als Verstoß gegen die guten Sitten	100
3.	Verstoß gegen § 3 UWG i. V. m. § 4 Nr. 11, § 5 UWG	101
a)	Eignung zu spürbarer Beeinträchtigung der Interessen der geschützten Personen	102
aa)	Geschützter Personenkreis	102
bb)	Spürbare Beeinträchtigung der Interessen des geschützten Personenkreises	102
b)	Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG i. V. m. § 43b BRAO	103
aa)	Objektiver Tatbestand des § 4 Nr. 11 UWG	103
bb)	Subjektiver Tatbestand	104
cc)	Ergebnis	105
c)	Verstoß gegen § 5 UWG: »Irreführende Werbung«	105
d)	Ergebnis	106
II.	Kartellrecht	106
1.	Zweck des Kartellrechts und seine Anwendbarkeit auf Rechtsanwälte	107
2.	§ 1 GWB	108
3.	Art. 101 AEUV	109
C.	Verhältnis von Berufsrecht und Wettbewerbsrecht	110
D.	Ergebnis	111
3. Kapitel:	Konkretisierung des anwaltlichen Werberechts durch die Rechtsprechung – Entwicklungstendenzen und Leitlinien	116
A.	Urteil des Bundesgerichtshofs vom 1. März 2001 zur Zulässigkeit der Einladung zu einer Informationsveranstaltung mit Mittagsimbiss	116
B.	Werbung mit fachlichen Qualifikationen des Rechtsanwalts	120
I.	Führung des Fachanwaltstitels	121

II. Hinweis auf weitere Titel und Zertifikate	122
III. Bezeichnung als »Spezialist«	124
IV. Hinweis auf Mitgliedschaften in fachbezogenen Vereinen oder Arbeitsgemeinschaften	126
V. Angabe von Interessen- und Tätigkeitsschwerpunkten	127
VI. Angabe von Schwerpunktgebieten oder Schwerpunkten	127
VII. Besondere weitere Berufsbezeichnungen	128
1. Bezeichnung als »Strafverteidiger«	128
2. Bezeichnung als »Arbeitsrechtler«	130
3. Bezeichnung als »Mediator«	130
VIII. Ergebnis	132
C. Werbung mit fachfremden Qualifikationen des Rechtsanwalts	133
I. Hinweis auf weitere Hochschulabschlüsse, frühere Tätigkeiten und Ämter	133
II. Hinweis auf fachfremde Kenntnisse und Fähigkeiten	134
III. Ergebnis	136
D. Werbung mit kanzleibezogenen Angaben	136
E. Werbung mit der Kanzleibezeichnung des Rechtsanwalts	137
I. Fortführung des Namens ausgedehnter Sozizen	137
II. Fortführung des Namens eines nunmehrigen Kabinettsmitglieds	138
III. Fremdsprachige Firmierung	139
IV. Verwendung eines Kanzleischlagworts	139
V. Verwendung einer Kurzbezeichnung	141
1. Zusatz zu einer aus Namen der Kanzleihinhaber gebildeten Firma	141
2. Führen einer Sach- oder Fantasiebezeichnung als Firma	143
VI. Ergebnis	145
F. Gestaltung von Briefbogen und Kanzleischild	145
I. Verwendung eines Logos	145
II. Hinweise auf gemeinschaftliche Berufsausübung, Bürogemeinschaften und Kooperationen	147
III. Hinweis auf Mitgliedschaft in einer EWIV	149
IV. Ergebnis	149
G. Persönliche Ansprache potentieller Mandanten	149
I. Vorträge und Seminare des Rechtsanwalts	149
II. Vorträge und Seminare des Rechtsanwalts mit Rahmenprogramm	150
III. Teilnahme an Messen	151
IV. Veranstalten einer Vernissage	152
V. Ergebnis	152
H. Rundschreiben	152
J. Zeitungsanzeigen	156
I. Werbeanzeigen	157
II. Redaktioneller Beitrag eines Rechtsanwalts auf einer Anzeigenseite	157
III. Anzeigen im redaktionellen Teil einer Zeitung	158
IV. Stellenanzeigen	159

V.	Ergebnis	161
K.	Besonderheiten einzelner Werbemedien	161
I.	Eintrag in ein Telefon- oder Branchenbuch oder eine Anwaltsliste	161
II.	Hörfunkspots	162
III.	Verwendung von Vanity-Telefonnummern	163
IV.	Besondere Werbeträger	164
1.	Linienomnibus	165
2.	Drehbare Werbesäule	165
3.	Taxi	166
4.	Straßenbahnwagen	166
5.	Stadtplanorientierungsanlage	166
6.	Postwurfsendungen	167
V.	Ergebnis	167
L.	Besondere Werbeaussagen	168
M.	Werbung im Internet	170
I.	Einrichtung eines Gästebuchs im Internet	172
II.	Bereithalten eines Interessentenschreibens auf der Website	173
III.	Links und Bannerwerbung	174
IV.	Newsletter	176
V.	Versteigerung anwaltlicher Beratungsleistungen im Internet	176
VI.	Werbung mit einer »Gegnerliste«	177
VII.	Ergebnis	177
N.	Sponsoring	178
O.	Zusammenfassung und Ausblick	179
4. Kapitel:	Sanktionierung rechtswidriger Werbung <i>de lege lata</i>	182
A.	Berufsrechtliche Konsequenzen rechtswidriger Werbung	183
I.	Berufsrechtliche Sanktionen	183
1.	Belehrung, § 73 Abs. 2 Nr. 1 BRAO	183
2.	Missbilligende Belehrung	184
3.	Rüge, § 74 Abs. 1 S. 1 BRAO	184
4.	Anwaltsgerichtliche Maßnahmen, § 114 Abs. 1 BRAO	185
a)	Warnung, § 114 Abs. 1 Nr. 1 BRAO	186
b)	Verweis, § 114 Abs. 1 Nr. 2 BRAO	187
c)	Geldbuße, § 114 Abs. 1 Nr. 3 BRAO	187
d)	Verweis und Geldbuße, § 114 Abs. 2, Abs. 1 Nr. 2 und Nr. 3 BRAO	187
e)	Vertretungsverbot, § 114 Abs. 1 Nr. 4 BRAO	188
f)	Ausschluss aus der Rechtsanwaltschaft, § 114 Abs. 1 Nr. 5 BRAO	188
5.	Verhältnis von Belehrung, Rüge und anwaltsgerichtlicher Maßnahme	188

a)	Verhältnis von (missbilligender) Belehrung und Rüge	188
b)	Verhältnis von Rüge zu anwaltsgerichtlicher Maßnahme	190
II.	Berufsrechtliches Verfahren	190
1.	Verfahren vor der Rechtsanwaltskammer	191
a)	Beratung und Belehrung, § 73 Abs. 2 Nr. 1 BRAO	191
b)	Rügeverfahren, §§ 74 f. BRAO	193
aa)	Erteilung einer Rüge, § 74 Abs. 1 S. 1 BRAO	193
bb)	Einspruch gegen den Rügebescheid, § 74 Abs. 5 S. 1 BRAO	194
2.	Verfahren vor dem Anwaltsgericht	194
a)	Initiierung des Verfahrens	194
aa)	Einleitung durch die Staatsanwaltschaft, § 121 BRAO	195
bb)	Antrag auf Einleitung des Verfahrens bei der Staats- anwaltschaft, §§ 122 Abs. 1, 123 Abs. 1 S. 1 BRAO	195
cc)	Antrag auf gerichtliche Entscheidung gegen die Zurück- weisung des Einspruchs gegen einen Rügebescheid, § 74a Abs. 1 S. 1 BRAO	195
b)	Verlauf des Verfahrens	196
aa)	Das Verfahren über den Antrag auf gerichtliche Entscheidung, § 74a BRAO	196
bb)	Das Verfahren zur Verhängung einer anwalts- gerichtlichen Maßnahme, §§ 116 ff. BRAO	196
c)	Rechtsmittel	197
3.	Verfahren vor dem Anwaltsgerichtshof	197
a)	Initiierung des Verfahrens	198
aa)	Antrag auf gerichtliche Entscheidung bei Ablehnung der Einleitung des Verfahrens durch die Staatsanwaltschaft, §§ 122 Abs. 2 S. 1, 123 Abs. 2 S. 2 BRAO	198
bb)	Anfechtungsklage bei missbilligenden Belehrungen der Rechtsanwaltskammer, §§ 73 Abs. 2 Nr. 1, 112a Abs. 1 BRAO	199
cc)	Berufung gegen anwaltsgerichtliche Urteile, § 143 Abs. 1 BRAO	199
b)	Verlauf des Verfahrens	199
aa)	Anfechtungsklage, § 112a BRAO	200
bb)	Berufung gegen Urteile des Anwaltsgerichts, § 143 BRAO	200
c)	Rechtsmittel	200
4.	Verfahren vor dem Bundesgerichtshof	201
a)	Berufung	201
b)	Revision	202
B.	Wettbewerbsrechtliche Konsequenzen rechtswidriger Werbung	202
I.	Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	202
1.	Unterlassung, § 8 Abs. 1 S. 1 2. Alt., S. 2 UWG	203

2. Beseitigung, § 8 Abs. 1 S. 1 1. Alt. UWG	203
II. Wettbewerbsrechtliches Verfahren	203
1. Antragsbefugnis	204
a) Exkurs: Regelungen im UWG a. F.	205
aa) Klagebefugnis der unmittelbar Verletzten	205
bb) Klagebefugnis anderer nicht unmittelbar selbst betroffener Rechtsanwälte	205
b) Neuregelung des UWG	206
aa) Klagebefugnis der Mitbewerber, § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG	207
bb) Klagebefugnis von Anwaltsvereinen, § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG	207
c) Sonderproblem: Aktivlegitimation der Rechtsanwaltskammern	208
aa) Rechtsanwaltskammern als Vereinigungen gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG	209
bb) Subsidiarität wettbewerbsrechtlicher Maßnahmen	211
2. Vorgerichtliches Verfahren	212
3. Gerichtliches Verfahren	212
4. Prüfungskompetenz	213
5. Entscheidungen und weiterer Verfahrensgang	213
C. Ergebnis	214
 5. Kapitel: Unzulänglichkeiten des Normengefüges <i>de lege lata</i> und Vorschläge zu einer Neuregelung <i>de lege ferenda</i>	 217
A. Unzulänglichkeiten des Normengefüges <i>de lege lata</i>	217
I. Antragsbefugnis	217
II. Örtliche und sachliche Zuständigkeit des Gerichts	218
III. Prüfungskompetenz der Gerichte	219
IV. Verhältnis von wettbewerbsrechtlichen zu berufsrechtlichen Sanktionen	220
B. Möglichkeiten zur Veränderung des bestehenden Systems berufs- rechtlicher und wettbewerbsrechtlicher Vorschriften <i>de lege ferenda</i>	220
 Zusammenfassung	 224
 Literaturverzeichnis	 229