

Die erfolgreiche Kanzlei

Anwaltliches Werberecht

Maßnahmen | Zulässigkeit | Rechtsprechung

Bearbeitet von
Von Prof. Dr. Gerhard Ring

2. Auflage 2018. Buch. Rund 345 S. Softcover
ISBN 978 3 8487 4627 9

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Marketing, Werbung, Marktforschung](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

2 Domainnamen

nes Auftrags im Einzelfall gerichtet ist. Vgl. auch das korrespondierende Verbot einer belästigenden Werbung nach § 7 UWG.³⁶⁵ Zudem bestehen datenschutzrechtliche Vorgaben, die der Anwalt zu beachten hat.³⁶⁶

Vgl. aber auch die Zulässigkeit von Newslettern, Postwurfsendungen und → *Rundschreiben* einerseits und der lauterkeitsrechtlichen Unzulässigkeit von Werbeanrufen (sog cold calling), Werbefaxen und Werbe- (Spam-) mails andererseits.

Dokortitel, Führen eines

- 131 Siehe unter → *akademischer Grad*.

Dolmetscher, Hinweis auf die ständige Präsenz

- 132 Ein entsprechender Hinweis wird von v. Falkenhausen³⁶⁷ für berufsrechtlich zulässig erachtet.

Domainnamen³⁶⁸

- 133 Die Verwendung eines beschreibenden Begriffs als Domain-Name ist nicht generell wettbewerbswidrig – doch kann ggf. im Einzelfall eine irreführende Alleinstellungsbehauptung (Verstoß gegen § 5 UWG) vorliegen.³⁶⁹ Nachstehend werden differenziert nach „unzulässig“ und „zulässig“ Entscheidungen zur Verwendung von Domain-Namen referiert:

Unzulässig:

- Die Internet-Domain **www.anwalt-hannover.de** stellt nach Ansicht des OLG Celle³⁷⁰ eine irreführende Werbung iS von § 3 UWG aF (nunmehr § 5 UWG) dar.
- Die Verwendung der Bezeichnung „**Kanzlei Nr. 1**“ hat das LG Nürnberg-Fürth³⁷¹ als unzulässige Alleinstellungswerbung (Verstoß gegen § 5 UWG) qualifiziert.
- Die Verwendung der Domain-Adresse für eine Rechtsanwaltskanzlei „**rechtsanwalte-dachau.de**“ ist nach Ansicht des OLG München³⁷² als irreführende und damit unzulässige Werbung iS von § 3 UWG aF (nunmehr § 5 UWG) zu qualifizieren, da sie beim Werbeadressaten (dh einem nicht unbeachtlichen Teil der situationsadäquat durchschnittlich aufmerksamen, informierten und verständigen Internetnutzer [Verbraucher]) die unzutreffende Vorstellung hervorrufen kann, dahinter verberge sich ein örtliches Anwaltsverzeichnis (bspw. die Homepage des örtlichen Anwaltsvereins), in dem alle (oder zumindest der überwiegende Teil der) Rechtsanwaltskanzleien im Raum Dachau (und nicht lediglich die Kanzlei des Domaininhabers) zu finden sind.
- Nach Ansicht des LG München³⁷³ soll die Verwendung der Domain „**www.rechtsanwalte.de**“ eine unlautere Absatzbehinderung anderer Rechtsanwälte bedeuten (arg.: Abfangen potenzieller Mandanten und Weiterleitung auf die Homepage „rechtsanwalte.de“).

365 Näher Köhler/Bornkamm, UWG § 7 Rn. 118 ff.

366 Näher Hartung/von Lewinski, § 6 BORA Rn. 96 ff.

367 Liber Amicorum, S. 17, 23.

368 Dazu näher Ruland, *Werberecht freier Berufe und generische Domainnamen*, BRAK-Mitt. 2004, 4.

369 BGHZ 148, 1 = NJW 2001, 3262 = GRUR 2001, 1061 = WRP 2001, 1286 – mitwohzentrale.de.

370 NJW 2001, 2100.

371 BRAK-Mitt. 2004, 142.

372 OLG München, NJW 2002, 2113 – in Abgrenzung zu BGH NJW 2001, 3262.

373 NJW 2001, 2100 (nachgehend OLG München 22.11.2001 – 6 U 5611/00).

- Bei Verwendung der Domain-Adresse „**www.rechtsanwalt.com**“ geht nach Ansicht des OLG Hamburg³⁷⁴ zumindest ein Teil der Internet-Nutzer davon aus, dass die darüber abrufbare Homepage von einem Rechtsanwalt bzw. einer Rechtsanwalts-gesellschaft oder einer entsprechenden Berufs- bzw. Standesvertretung stammt, dh dass die Homepage maßgeblich von einem oder mehreren Rechtsanwälten gestaltet und verantwortet wird. Ist dies tatsächlich nicht der Fall, liegt eine Irreführung im iSv § 5 UWG vor.
- Das AnwG Hamm³⁷⁵ hat die Verwendung der Internet-Domain „**www.immobili-en-anwalt.de**“ als Verstoß gegen § 43 b BRAO und gegen § 7 BORA qualifiziert, da es sich um eine unzulässige Alleinstellungswerbung des Rechtsanwalts handele, indem die fehlerhafte Vorstellung erweckt werde, dass sich hinter der Adresse der einzige oder zumindest maßgebliche Anbieter verberge oder aber zumindest hier eine Viel-zahl von Anbietern zu finden seien.
- Die Werbung eines Rechtsanwalts – „**Bau-/Mietrecht Online-Beratung durch RA J... www.ra-(Ortsname).de**“ – verstößt nach Ansicht des OLG München³⁷⁶ gegen § 7 Abs. 1 S. 3 BORA alt, weil der Beklagte (**Online-Beratung auf Spezialgebieten**) nicht die Bezeichnungen „Tätigkeitsschwerpunkt“ bzw. „Interessenschwerpunkt“ verwendet hat (heute: Benennung von Teilbereichen der Berufstätigkeit), wie dies bei personenbezogener Kennzeichnung fachlicher Spezialisierung erforderlich gewesen war: Die angesprochenen Verkehrskreise verstünden diese Werbung dahin, dass der betreffende Rechtsanwalt über ein bloßes Interesse am Bau- und Mietrecht hinaus eine auf Erfahrung basierende Kompetenz als Rechtsanwalt in der Beratung in diesen Rechtsgebieten in Anspruch nehme. Die genannte Werbung erschöpfe sich nicht in der bloßen Angabe von Rechtsgebieten, in denen der Rechtsanwalt beraten darf. Nach der aktuellen Fassung des § 7 Abs. 1 S. 1 BORA darf – unabhängig von Fachanwaltsbezeichnungen – Teilbereiche der Berufstätigkeit nur benennen, wer seinen Angaben entsprechende Kenntnisse nachweisen kann, die in der Ausbildung, durch Berufstätigkeit, Veröffentlichungen oder in sonstiger Weise erworben wurden.

Zulässig:

- Der BGH³⁷⁷ hat entschieden, dass die Verwendung des Domain-Namens „**www-rechtsanwaelte-notar.de**“ durch eine Sozietät mit zwei Rechtsanwälten (von denen einer zugleich [Anwalts-] Notar ist) nicht gegen § 43 b BRAO und § 6 Abs. 1 BORA verstößt: Die Form und der Inhalt dieser Werbung, die sich im wesentlichen in der Vorstellung der beiden Kanzleimitglieder (mit Lichtbild) und der Angabe ihrer Tätigkeits-schwerpunkte erschöpft, sei nicht unsachlich. Eine Diskrepanz zwischen dem Erscheinungsbild und dem Inhalt der Werbung bestehe nicht.³⁷⁸ Sie werde vorlie-gend insbesondere auch nicht dadurch hervorgerufen, dass durch die Auswahl des die beruflichen Tätigkeiten kennzeichnenden Domain-Namens gegenüber anderen Rechtsanwältinnen und Notaren insoweit ein Vorteil verschafft wird, dass diese daran gehindert sind, denselben Domain-Namen zu verwenden und die Möglichkeiten, einen Domain-Namen unter Verwendung von Begriffen auszusuchen, die alternativ

374 NJW-RR 2002, 1582 = BRAK-Mitt. 2002, 287 = Stbg 2003, 493. Dazu Anmerkung Creutz, BRAK-Mitt. 2002, 289 (vorgehend LG Hamburg 21.2.2001 – 406 O 254/00).

375 BRAK-Mitt. 2002, 286.

376 NJW-RR 2003, 781 = BRAK-Mitt. 2003, 244 (vorgehend LG München II 16.1.2002 – 1HK O 4997/01).

377 NJW 2003, 504 = BRAK-Mitt. 2003, 22. Dazu die Anmerkung von Dahns, BRAK-Mitt. 2003, 23 (vorgehend AGH Berlin 29.12.2001 – I AGH 5/01).

378 BGH NJW 2003, 504 unter Bezugnahme auf BGHZ 147, 71, 76 ff. – Anwaltswerbung II.

2 Domainnamen

den Beruf des Rechtsanwalts oder Notars bezeichnen oder dessen Tätigkeit beschreiben, naturgemäß begrenzt sind.³⁷⁹

- Der BGH³⁸⁰ hat entschieden, dass die Verwendung des Domain-Namens „www.presserecht.de“ durch eine Anwaltskanzlei, wenn die Homepage vor allem allgemeine Informationen über das Presserecht anbietet, zulässig (weil kein Verstoß gegen § 43 b BRAO, § 6 BORA) ist: Bei der Verwendung berufsbezogener oder tätigkeitsbeschreibender sowie allgemein generischer Begriffe als Domain-Namen im Internet-Verkehr seien die Grenzen, die allgemeines Wettbewerbsrecht (§§ 3, 5 UWG) und Berufsrecht dem werblichen Verhalten eines Rechtsanwalts setzen, zwar nicht deckungsgleich, jedoch im wesentlichen nach denselben Kriterien zu bestimmen. Aufgrund dieser vom AGH nicht berücksichtigten tatsächlichen Breite des Angebots des Antragstellers, bei dem allgemeine, presserechtlich relevante Informationen mit zusätzlichen Informationen über die Kanzlei des Antragstellers und ihre Tätigkeitsschwerpunkte gegeben werden, könnte von einer Irreführungsgefahr allenfalls gesprochen werden, wenn der durchschnittlich informierte und verständige Internet-Nutzer, auf den insoweit maßgeblich abzustellen ist,³⁸¹ mit dem Gattungsbegriff „Presserecht“ die Vorstellung verbinden würde, der hinter diesem Begriff stehende Anbieter würde mit seiner Homepage ausschließlich das Informationsinteresse der Nutzer befriedigen wollen, ohne dabei eigene, geschäftliche oder berufsbezogene Werbeinteressen zu verfolgen. Dafür bestehe nach der Lebenserfahrung kein hinreichender Anhalt. Die in der Verwendung des Domain-Namens liegende Werbung sei auch nicht als irreführend unter dem Aspekt einer unzutreffenden Alleinstellungsbehauptung anzusehen.³⁸² Der durchschnittlich informierte und verständige Internet-Nutzer, der unter Eingabe des Domain-Namens „www.presserecht.de“ auf die Homepage einer Anwaltskanzlei stößt, die sich nach eigenen Angaben auf das Gebiet des Medien- und Presserechts spezialisiert hat, wisse von vornherein, dass die gefundene Homepage nicht das gesamte Angebot anwaltlicher Dienstleistungen auf dem Gebiet des Presserechts in Deutschland repräsentiert.
- Die Verwendung der Domainadresse „rechtsanwalt.de“ (unter der eine Liste ausgewählter Rechtsanwälte, Mustertexte und Informationen aus verschiedenen Rechtsgebieten bereitgehalten werden) durch ein Unternehmen, dessen Geschäftsbetrieb die Bereitstellung von Informationen und Dienstleistungen aller Art sowie die Veröffentlichung von rechtlichen Themen im Internet ist (das aber keine Rechtsberatung betreibt), ist nach Ansicht des LG Mannheim³⁸³ marken- (kein Unterlassungsanspruch analog § 8 Abs. 2 MarkenG – arg.: keine mit der Ausschlusswirkung der Markeneintragung vergleichbare faktische Monopolisierung des Gattungsbegriffs

379 BGH NJW 2003, 504 unter Bezugnahme auf BGH, NJW 2002, 2642 (2644 f.) – Vanity-Nummer; BGHZ 148, 1, 5 ff. – Mitwohnzentrale.de.

380 BGHZ 153, 61 = NJW 2003, 662 = BRAK-Mitt. 2003, 82 = AnwBl 2003, 304 = Stbg 2003, 44. Dazu Anmerkung Ring, EWiR 2003, 861 (vorgehend aA AGH Berlin, BRAK-Mitt. 2002, 187 [dazu Anmerkung von Heskamp, BRAK-Mitt. 2002, 189]), wonach die anwaltliche Domain "www.presserecht.de" zwar wettbewerbsrechtlich statthaft sei – allerdings verstoße sie gegen § 43 b BRAO iVm § 6 BORA: Die Irreführung und somit unsachliche Werbung iSv § 43 b BRAO rühre daher, dass der Internet-Nutzer dann getäuscht werde, wenn eine Homepage mit der Bezeichnung eines Rechtsgebiets betrieben werde, ohne dass klarstellend darauf hingewiesen wird, dass es eine Anwaltshomepage ist. Zudem werde das Sachlichkeitsgebot des § 43 b BRAO auch wegen eines unzulässigen Sich-Herausstellens verletzt, da der Anwalt sich durch eine Kanalisierung von Kundenströmen eine Alleinstellung verschaffe). Unter Festhalten des BGH an BGH, Senat für Anwaltssachen, 13.6.2003 – AnwZ (B) 15/02.

381 BGHZ 153, 61 unter Bezugnahme auf BGHZ 148, 1, 7 – Mitwohnzentrale.de.

382 AA Feuerich/Braun, § 6 BO Rn. 39.

383 NJW-RR 2002, 1580 = BRAK-Mitt. 2002, 290.

unter derselben Top Level Domain) und wettbewerbsrechtlich (kein Behinderungs- wettbewerb und auch keine irreführende Werbung) statthaft.

- Nach Ansicht des LG Duisburg³⁸⁴ ist im Anschluss an die BGH-Entscheidung vom 17.5.2001³⁸⁵ die Benutzung der Internet-Domain „anwalt-muelheim.de“ wettbe- werbsrechtlich nicht zu beanstanden, da der Benutzer bei der beschreibenden Sin- gularbezeichnung „Anwalt“ nicht erwarte, dass es sich dabei um ein Eingangsportal für alle Mülheimer Rechtsanwälte handelt. Irreführend könnte es auch sein, wenn der Eindruck entstünde, es handele sich dabei um die einzige Anwaltskanzlei am Ort.
- Das LG Berlin³⁸⁶ hat entschieden, dass der Gebrauch des Domain-Namens „giga- recht“ (für einen Internet-Rechtsberatungsservice) weder berufs- noch wettbewerbs- widrig (Verstoß gegen § 3 UWG aF, nunmehr § 5 UWG) ist.
- Die Verwendung der Internet-Adresse „recht-freundlich.de“ durch eine Anwalts- kanzlei ist nach Ansicht des LG Hannover³⁸⁷ weder als unzulässige Qualitätswer- bung noch als Verstoß gegen das Sachlichkeitsgebot nach § 43 b BRAO zu qualifi- zieren. Auch das OLG Celle³⁸⁸ hat als Berufungsinstanz die Zulässigkeit der Inter- netadresse bestätigt.
- Eine Vereinbarung, mit der ein namengebender Seniorpartner einer Anwaltskanzlei seinen Soziern gestattet, seinen Namen in der **Kanzleibezeichnung** auch nach seinem Ausscheiden weiterzuführen, verstößt nach Ansicht des BGH³⁸⁹ nicht gegen ein ge- setzliches Verbot, auch wenn es in der Folge zu Verwechslungen kommt, weil der Seniorpartner nach seinem Ausscheiden entgegen der ursprünglichen Absicht seine anwaltliche Tätigkeit in eigener Praxis fortsetzt. Einer Irreführungsgefahr könne da- durch begegnet werden, dass in der Namensleiste auf das Ausscheiden des Namens- gebers und auf den Umstand hingewiesen wird, dass dieser inzwischen in einer an- deren Kanzlei tätig sei.³⁹⁰ Dies gilt gleichermaßen hinsichtlich der Nutzung eines Domain-Namens bei Namensgleichheit: „Vossius, rechtsanwaelte-notar.de“.³⁹¹ Ist die Fortführungsbefugnis einer GbR erteilt worden, umfasst sie grundsätzlich auch die Weiterverwendung des Sozietätsnamens als Namen einer Partnerschaft, in die die Sozietät umgewandelt worden ist.³⁹²

„Dozent für Straßenverkehrsrecht (FH)“

Verwendet ein Anwalt, der Lehrbeauftragter an einer Fachhochschule (FH) ist, die Be- zeichnung „Dozent für Straßenverkehrsrecht (FH)“ auf seinen Geschäftsdrucksachen, so soll dies nach Ansicht des LG Freiburg³⁹³ als Verstoß gegen das Verbot gezielter und irreführender Werbung zu qualifizieren sein (§§ 1 und 3 UWG aF, nunmehr § 3 und § 5

384 NJW 2002, 2114.

385 NJW 2001, 3262.

386 NJW-RR 2001, 1719 = AnwBl. 2001, 515.

387 NJW-RR 2001, 917.

388 NJW 2001, 3133 = AnwBl 2002, 110.

389 BGH NJW 2002, 2093 = WRP 2002, 700 = GRUR 2002, 703 = BRAK-Mitt. 2002, 192; dazu Kleine- Cosack, EWiR 2002, 1033 (vorgehend OLG München 2.6.1999 – 29 U 6109/98; LG München I 23.9.1998 – 21 O 2088/98).

390 BGH NJW 2002, 2093 – Ls. 1 = WRP 2002, 700 = GRUR 2002, 703 = BRAK-Mitt. 2002, 192 = mit Anmerkungen von Kleine-Cosack, EWiR 2002, 1033 und Henssler, LM BGB § 12 Nr. 67; in Ergänzung von BGH GRUR 1997, 925 = WRP 1997, 1065 – Ausgeschiedener Sozius.

391 BGH NJW 2002, 2096.

392 BGH NJW 2002, 2093 – Ls. 2.

393 LG Freiburg, BRAK-Mitt. 1990, 255 = Stbg 1991, 206.

2 Drittwerbung

UWG). Das Gericht begründet dies damit, dass die Bezeichnung einen Hinweis auf Spezialkenntnisse beinhaltet und der Anwalt dieselbe wie eine → *Berufsbezeichnung* benutzt, obwohl er einen solchen Beruf nicht erlernt hat (Verstoß gegen das anwaltliche Werbeverbot). Die vorgenannte Bezeichnung sei zudem irreführend iS des § 3 UWG aF (nunmehr § 5 UWG), da die Abkürzung „FH“ im Regelfall dahin verstanden wird, dass der Titelführer über eine geprüfte Qualifikation an einer Fachhochschule (etwa „Ingenieur [FH]“) verfügt. Wolle er mit der Angabe „FH“ darauf hinweisen, dass er an einer Fachhochschule Dozent (Lehrbeauftragter) ist, so müsse er dies deutlicher tun. Es sei nämlich nicht auszuschließen, dass ein nicht unerheblicher Teil derjenigen, die den → *Briefkopf* lesen, den Hinweis „Dozent für Straßenverkehrsrecht FH“ nicht im Sinne des Lehrauftrags verstehen.

Drittwerbung

- 135 § 6 Abs. 3 BORA normiert ein Beteiligungsverbot des Anwalts an einer Drittwerbung (**Verbot der sog mittelbaren Werbung**):³⁹⁴ Der Rechtsanwalt darf nicht daran mitwirken, dass Dritte für ihn Werbung betreiben, die ihm selbst verboten ist. Der Dritte muss also – zugunsten des Rechtsanwalts – eine letzterem nach § 43 b BRAO, §§ 6 bis 10 BORA bzw. den Vorgaben des UWG verbotene Werbung unter **aktiver Beteiligung** (Mitwirkung) des Anwalts³⁹⁵ (womit eine bloße Duldung einer den Anwalt begünstigenden Werbung durch einen Dritten ohne aktive anwaltliche Beteiligung nicht § 6 Abs. 3 BORA untersagt und somit statthaft ist) betreiben. So hat bspw. das BVerfG³⁹⁶ entschieden, dass die bloße Weitergabe eines Gruppenfotos einer Anwaltskanzlei an einen Journalisten, der das Foto für einen von ihm eigenständig verfassten Artikel verwendet, noch keine aktive Mitwirkung des Anwalts begründet.

Unter Zugrundelegung einer verfassungskonformen Interpretation des § 6 Abs. 3 BORA unter Berücksichtigung von Grundrechten Dritter – bspw. beteiligter Journalisten – aber auch des Anwalts (Art. 5 Abs. 1, Art. 12 Abs. 1 GG bzw. Art. 10 EMRK)³⁹⁷ gelangt Kleine-Cosack³⁹⁸ zur Auffassung, dass sowohl im Rahmen einer Zurverfügungstellung von Informationen an die Presse als auch der Gewährung eines Interviews ein **Genehmigungsvorbehalt** des Anwalts im Hinblick auf eine berufsrechtlich statthafte Mitwirkung an dieser Berichterstattung nicht erforderlich sei.

Eine verbotene Drittwerbung ist dann anzunehmen, wenn der Anwalt es schuldhaft unterlässt, einer für ihn durch Dritte unter seiner Mitwirkung aufgewendeten – berufsrechtlich (und damit ihm selbst) unzulässigen – Werbung entgegenzutreten. Der Anwalt ist verpflichtet, einer rechtswidrigen (weil berufswidrigen) Werbetätigkeit entgegenzuwirken, wenn und soweit er rechtlich wie auch tatsächlich dazu in der Lage ist. Als Fälle verbotener Drittwerbung kommen etwa

- das Deponieren von Visitenkarten oder → *Stapelvollmachten* (sofern eine entsprechende Werbeverhaltensweise, übte sie der Anwalt selbst, diesem untersagt wäre) bzw
- ein „Schleppen“ zugunsten eines Anwalts

394 Dazu näher Kleine-Cosack, Vor § 43 b BRAO Rn. 6.

395 Bspw. durch eine Zurverfügungstellung von Angaben oder Unterlagen, eine Interviewgewährung oder der Gründung eines Vereins, der Werbung für seine Mitglieder (und damit auch für den Anwalt) betreibt: so Kleine-Cosack, § 6 BORA Rn. 7.

396 NJW 2000, 1635.

397 EGMR NJW 2003, 497 – Stambuk.

398 § 6 BORA Rn. 8.

- in Betracht, bspw. aber auch Fälle eines
- Gästebucheintrags im Internet oder ein
- Presseinterview (bei dem das Problem des Bestehens bzw. des Umfangs einer Prüfpflicht des Anwalts relevant wird³⁹⁹ – Kleine-Cosack⁴⁰⁰ ablehnend).

Beachte: Ggf. kann in entsprechenden Fällen auch der Dritte – der ohne Wettbewerbsförderungsabsicht oder Verschulden am Wettbewerbsverstoß des Anwalts beteiligt war – selbst wettbewerbsrechtlich als Störer entsprechend § 1004 BGB in Anspruch genommen werden, wenn und soweit er adäquat kausal am Verstoß mitgewirkt hat.⁴⁰¹ Eine Inanspruchnahme des Dritten scheidet bei Verstößen des Anwalts gegen Werberestriktionen nur aus, wenn der (dem Werbeverbot nicht selbst unterworfenen) Dritte

- eine rechtliche Möglichkeit zur Verhinderung des Verstoßes hatte und
- die Prüfpflicht ihm auch zumutbar war.⁴⁰²

Überlässt ein Anwalt beispielsweise Vollmachtsurkunden, Visitenkarten oder andere Drucksachen zur Verwendung für noch unbestimmte Auftraggeber (potenzielle Mandanten) an andere Personen, oder duldet er entsprechende Verhaltensweisen, so ist dies als unzulässige Drittwerbung in Form des **Deponierens von Visitenkarten oder Stapelvollmachten** zu qualifizieren.

Ein verbotenes „Schleppen“ eines Dritten für die Praxis eines Anwalts als Form einer unzulässigen Drittwerbung ist dann anzunehmen, wenn der Dritte gegen Gewährung oder Inaussichtstellen von Vorteilen in nachhaltiger Weise darauf einwirkt, dass potenzielle Mandanten den Anwalt ihres Vertrauens nicht mehr frei wählen können, sondern seiner Einwirkung Folge leisten.

Davon sind **schlichte Empfehlungen** zugunsten eines bestimmten Anwalts strikt zu trennen: Letztere bleiben uneingeschränkt zulässig.⁴⁰³

Drucksachen

Siehe unter → *Briefbögen* und → *Postwurfsendungen*.

136

„Durchschnittliches Wissen“ anderer

Die Aussage – „*Gleichzeitig führt dies aber auch dazu, dass eine Anwaltskanzlei, wenn sie sich mit all diesen Rechtsgebieten abgibt, allenfalls nur durchschnittliches Wissen anbieten kann*“ – ist nach Ansicht des OLG Thüringen⁴⁰⁴ als **herabsetzende Werbung** und damit als Verstoß gegen § 4 Nr. 7 bzw. § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG zu qualifizieren.

137

399 Dazu BVerfG NJW 2000, 1635; OLG München, NJW-RR 2001, 1716.

400 § 6 BORA Rn. 8.

401 Näher BGH NJW 1990, 1529.

402 BGH NJW 1997, 2180 – Architektenwettbewerb.

403 Vgl. zur Drittwerbung von Freiberuflern näher auch Henssler, ZIP 1996, 485 sowie OVG Koblenz, ZIP 1996, 520 – EDEKA (keine Berufsrechtswidrigkeit der Duldung von Drittwerbung durch eine Steuerberaterklausel in Gewerbemietverträgen): Ein Steuerberater verstößt nicht gegen das Verbot berufswidriger Werbung nach § 57 Abs. 1 StBerG, wenn er es duldet, dass ein Unternehmen beim Abschluss von gewerblichen Mietverträgen von seinen Vertragspartnern verlangt, dass diese den Steuerberater mit der Durchführung ihrer Buchführungs- und Abschlussarbeiten betrauen.

404 NJW 2005, 2089 = BRAK-Mitt. 2005, 201 = NJW-Spezial 2005, 431 = GRUR-RR 2005, 324.

2 Einladungsschreiben zu einer Informationsveranstaltung

„Effizient“

- 138 Das LG Freiburg⁴⁰⁵ hat die Verwendung dieses → *Slogans* für unzulässig erachtet.

EFLSB-Siegel

- 139 Siehe unter → „*Anwaltszertifikat*“.

Ehrenamt, Übernahme eines

- 140 Der BGH⁴⁰⁶ hat im Falle eines Anwaltsnotars angenommen, dass dieser nicht schon dadurch unzulässig (berufswidrig) um Praxis wirbt, indem er eine ehrenamtliche Tätigkeit (beispielsweise die Funktion des Vereinsvorsitzenden in einem Haus- und Grundbesitzerverein mit 300 Mitgliedern) übernimmt.

Ehrenbezeichnungen

- 141 Siehe unter → *Titel, Führen rechtmäßig erworbener*.

Ehrendoktorgrad

- 142 Der Ehrendoktorgrad (Dr. h.c.) wird wegen „hervorragender Verdienste“ in einem bestimmten Fachgebiet durch den Fachbereichsrat bzw. die Fakultät einer deutschen Universität im Rahmen einer sog. Ehrenpromotion verliehen. Der Anwalt ist befugt, einen ihm ordnungsgemäß durch den zuständigen Fachbereichsrat bzw. die Fakultät verliehenen Ehrendoktorgrad zu führen. Dabei ist die Fassung in der Verleihungsurkunde, dh ein Hinweis auf die Verleihung ehrenhalber (honoris causa – h.c.), maßgeblich.

Eigenveröffentlichungen des Anwalts

- 143 Siehe unter → *Autor, der Anwalt als*.

Eindringen in fremde Mandatskreise

- 144 Siehe unter → *Abwerbung von Mandanten*.

Einkaufstüte

- 145 Braun⁴⁰⁷ hat schon 1998 die Auffassung vertreten, dass eine berufsbezogene Werbung auf Einkaufstüten statthaft sei – was unter Berücksichtigung des Umstandes, dass der Anwalt in der Wahl seines Werbemediums frei ist, zutreffend ist.

Einladungsschreiben zu einer Informationsveranstaltung

- 146 Im Anschluss an den BGH⁴⁰⁸ hatte das OLG Sachsen-Anhalt⁴⁰⁹ zunächst noch entschieden, dass die Einladung zu einer Informationsveranstaltung gegenüber Kapitalanlegern

405 DStRE 1998, 538, 540.

406 WPK-Mitt. 1989, 36 = BRAK-Mitt. 1989, 163.

407 Berliner AnwBl 1998, 154.

408 NJW 2001, 2087 – und in Abgrenzung zum Urteil des OLG München, NJW 2002, 760.

409 NJW-RR 2003, 708 = BRAK-Mitt. 2003, 197. Ebenso Dass. (NJW-RR 2003, 708 = BRAK-Mitt. 2003, 197 und in Abgrenzung zu OLG München, NJW 2002, 760. Dazu auch die Anmerkung von Huff, EWiR 2003, 411): Die anwaltliche Einladung im Anschluss an ein Urteil des EuGH an Kapitalanleger eines bestimmten Immobilienfonds zu einer Informationsveranstaltung (mit dem Ziel, Anleger entsprechend der EuGH-Rechtsprechung über die Möglichkeit des Widerrufs der zur Finanzierung des Fondsbeitritts geschlossenen Kreditverträge zu beraten) und der Hinweis, dass "anlässlich dieser Veranstaltung sämtliche

eines bestimmten Immobilienfonds, auf der eine Beratung der Anleger entsprechend einer neuen EuGH-Entscheidung über die Möglichkeiten des Widerrufs der zur Finanzierung eines Fondsbeitritts geschlossener Kreditverträge mit dem Hinweis, dass „anlässlich dieser Veranstaltung sämtliche Fragen beantwortet und die erforderlichen Auskünfte erteilt“ würden, erfolgen soll, als unerlaubte anwaltliche Werbung um einzelne Mandate und damit als Verstoß gegen § 43 b BRAO zu qualifizieren sei. Diese Ansicht hat das OLG Sachsen-Anhalt im Jahre 2003 aufgegeben:⁴¹⁰ Ein Rundschreiben an die Anleger eines vermögenslosen geschlossenen Immobilienfonds (Informationen über rechtliche Auseinandersetzungen mit dem Fonds, Beratungsangebot und die Einladung zu einer Informationsveranstaltung) sei nicht als Werbung um ein Mandat im Einzelfall zu qualifizieren.

Der BGH⁴¹¹ hat auf die Revision gegen ein Urteil des OLG Hamm⁴¹² entschieden, dass eine von Anwälten ausgesprochene Einladung zu einer „zünftigen Bewirtung“ in das Hotel eines Kurortes,⁴¹³ während der auf die Leistungsfähigkeit der Rechtsanwälte durch ein Referat über die „**Chefberatung für den Mittelstand**“ hingewiesen wird, als berufsrechtlich und damit zugleich auch wettbewerbsrechtliche unzulässige reklamehafte Anpreisung anwaltlicher Dienstleistungen zu qualifizieren sei, weil die Rechtsanwaltskanzlei damit unaufgefordert auch Dritten – zu denen sie in keiner Mandatsbeziehung steht oder gestanden hat – ihre anwaltliche Tätigkeit nahezubringen versucht hat.⁴¹⁴ Als „Nicht-Mandanten“ qualifiziert das Gericht sowohl „Geschäftspartner“ als auch den Vorsitzenden der regionalen Kreishandwerkerschaft: „Bestehende Geschäftsbeziehungen, denen meist unterschiedliche wirtschaftliche Interessen zugrunde liegen, geben einem Rechtsanwalt keinen sachlich rechtfertigenden Anlass, seine Geschäfts- und Vertragspartner auf seine Leistungsfähigkeit als Anwalt werbemäßig hinzuweisen“⁴¹⁵ – eine Auffassung die heute nicht mehr haltbar ist.

Einweihung neuer Büroräumlichkeiten

Nach Ansicht des LG Schwerin⁴¹⁶ ist ein anwaltliches Schreiben an einen Versicherungsagenten, in dem der Rechtsanwalt den Versicherungsagenten in seine neuen Kanzleiräume einlädt (**Einladungsschreiben in neue Kanzleiräume**) und seiner Hoffnung auf gute Geschäftsverbindungen Ausdruck verleiht, als berufswidrige Werbung (unzulässige Direktwerbung) zu qualifizieren, da die Zielrichtung dahin gehe, den Versicherungs-

Fragen beantwortet und die erforderlichen Auskünfte erteilt“ werden, sei als unerlaubte Werbung um einzelne Mandate und damit als Verstoß gegen § 43 b BRAO zu qualifizieren.

410 NJW 2003, 3566 = NJ 2004, 272.

411 BGHZ 115, 105 = NJW 1991, 2641 = AnwBl 1991, 529 = BRAK-Mitt. 1991, 231 – Ls. = WRP 1991, 660.

412 NJW-RR 1990, 1133 = EWiR 1990, 817 (Ring).

413 "Wir sind seit nunmehr sechs Jahren in X als Rechtsanwälte tätig und möchten uns für die bisherige gute Zusammenarbeit und das in uns gesetzte Vertrauen bei unseren Mandanten, Geschäftspartnern und Freunden bedanken. Eine Zusammenkunft in zwangloser Atmosphäre mit zündenden Gesprächen bei zünftiger Bewirtung scheint uns hierfür der beste Weg zu sein. Wir laden Sie daher noch vor den Sommerferien zu einem kleinen Empfang am ... ab ... in das Y-Hotel in X ein. Bei dieser Gelegenheit werden wir uns erlauben, Sie mit unserem neuen Kollegen, Herrn Rechtsanwalt Z, bekannt zu machen. Herr Rechtsanwalt Z ist mehr als 30 Jahre in der Geschäftsleitung von Banken und Unternehmen tätig gewesen und wird dementsprechend auch in unserem Hause die Rechtsberatung durch eine betriebswirtschaftliche Unternehmensberatung abrunden. Herr Rechtsanwalt Z wird Ihnen sein Konzept einer 'Chefberatung für den Mittelstand' vorstellen. Damit das kulturelle Erleben nicht zu kurz kommt, wird der Künstler A aus Anlass des Empfangs seine Ausstellung 'Skulpturen und Aquarelle' im Y-Hotel eröffnen".

414 BGH ZIP 1991, 1382 (1384).

415 BGH ZIP 1991, 1382 (1385).

416 BRAK-Mitt. 1998, 50.

2 Einzelfallmandatswerbung, Verbot der

agenten dafür einzunehmen, dass dieser ihm Mandanten verschafft, bei denen sich im Rahmen der Tätigkeit des Versicherungsunternehmens (etwa Regulierung von Verkehrsunfallschäden) ein anwaltlicher Vertretungsbedarf ergibt.

Einweihungsfeier

- 148 Eine gemeinsame Einweihungsfeier (Anwalt, Autoverkäufer und Buchführungshelfer) anlässlich des Umzugs eines Rechtsanwalts in neue Büroräume ist nach Ansicht des EGH Schleswig⁴¹⁷ auch für den Fall berufswidrig, dass jeder der Einladenden nur seine Klientel einlädt.

Einzelaufträge, Anzeigen zwecks Erteilung

- 149 Eine Anzeige mit der Angabe – „Wer ist durch X geschädigt worden? Bitte melden bei Rechtsanwalt Y ...“ – ist nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall iS von § 43 b BRAO gerichtet (zumal meist auch berechnigte Gründe für das Schalten einer solchen Anzeige – bspw. eine Zeugensuche – sprechen).⁴¹⁸

Einzelfallmandatswerbung, Verbot der

- 150 Werbung ist einem Rechtsanwalt nach § 43 b BRAO ua nur erlaubt, wenn sie „nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet ist“.⁴¹⁹

Bei einer verfassungskonformen, insbesondere auch mit dem Grundrecht der Berufsausübungsfreiheit nach Art. 12 Abs. 1 GG zu vereinbarenden Auslegung des § 43 b BRAO ist das Verbot der Einzelfallmandatswerbung einschränkend auszulegen.⁴²⁰ Es ist **nicht** gleichzusetzen mit der – zulässigen – **Werbung um einzelne Mandanten**. Das Verbot einer Einzelfallmandatswerbung ist nicht immer schon dann verletzt, wenn ein Rechtsanwalt sein Ziel, in einer konkreten Angelegenheit mandatiert zu werden, zu erkennen gibt. Abzustellen ist auf eine Bewertung der Relation zwischen der Intensität des konkreten Beratungsbedarfs (iS einer Notsituation) und der Intensität der anwaltlichen mandatsbezogenen Werbung (z. Bsp. iS von Bedrängung, Nötigung, Überrumpfung)⁴²¹ iS einer belästigend aufdringlichen Werbung⁴²² (vgl. auch § 7 UWG).

Untersagt ist somit lediglich eine Werbung um „**konkrete Mandate**“⁴²³ (iS einer **Einzelfallmandatswerbung**, vgl. den Wortlaut des § 43 b BRAO: „auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet“)⁴²⁴ – nicht hingegen eine **Mandantenwerbung** iS einer allgemeinen und nicht auf eine konkrete Mandatserteilung durch eine bestimmte Person gerichteten Information der Rechtsuchenden allgemein über das anwaltliche Dienstleistungs-

417 AnwBl 1990, 207 = Stbg 1990, 476.

418 So auch bereits schon RAK Hamburg, AnwBl 1995, 89.

419 Was Kleine-Cosack (§ 43 b BRAO Rn. 17) als Unterfall einer bereits nach § 7 UWG unzulässigen aufdringlichen Werbung qualifiziert. Dies trifft mE nicht zu: Diese Tatbestandsalternative ist lex specialis gegenüber dem allgemeinen lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbestand des § 7 UWG, der das Problem der sog Kaltakquise im Verbraucherschutzinteresse sehr viel differenzierter als § 43 b BRAO behandelt.

420 So BVerfG NJW 2000, 1635; 1988, 191; BGH NJW 2001, 2087 = AnwBl 2001, 2007; OLG Naumburg, NJW 2003, 3566; Dass., WRP 2007, 1502 = AnwBl 2007, 869 = NJW-RR 2008, 445 = NJ 2007, 512 – Ls. = BRAK-Mitt. 2007, 282 – Ls.

421 Dazu auch Hartung MDR 2003, 485, 489.

422 So OLG Naumburg, AnwBl 2007, 869.

423 Nach Kleine-Cosack (§ 43 b BRAO Rn. 18) soll als kumulatives Erfordernis in verfassungskonformer Interpretation zwingend hinzukommen, dass die Mandatswerbung „gemeinwohlschädlich“ sein muss.

424 AA und damit unvertretbar weil den ausdrücklichen Wortlaut des § 43 b BRAO vernachlässigend Kleine-Cosack, § 43 b BRAO Rn. 21: „Dem RA ist auch – entgegen dem Wortlaut des § 43 b – grds. eine Werbung um Mandate und auch im Einzelfall gestattet“.

angebot. Eine solche Differenzierung zwischen unzulässiger Mandats- und zulässiger Mandantenwerbung ist sinnvoll. Es macht nämlich sehr wohl einen deutlichen Unterschied, ob eine Informationswerbung sich zulässigerweise allgemein an irgendwelche potenziellen Mandanten richtet, oder ob § 43 b BRAO in dieser Alternative – so wie sie hier verstanden wird – eine **berufsrechtliche Sonderregelung** (dh lex specialis für den freiberuflichen Bereich) und **Verschärfung des Verbots einer auch allgemein lauterkeitsrechtlich untersagten belästigenden Werbung nach § 7 UWG** ist (die ja ggf. gegenüber Nicht-Verbrauchern sogar mit einer „mutmaßlichen Einwilligung“ in die Direktansprache agiert, vgl. § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG): I.S. einer **belästigenden und aufdringlichen Einzelmandatswerbung**, was insbesondere dann angenommen werden kann, wenn ein **dringender Beratungsbedarf** des Rechtsuchenden besteht (letzterer sich also wegen Hilfsbedürftigkeit in einer Not- oder Zwangslage befindet – er nicht mehr sein Recht auf freie Wahl eines Anwalts nach § 3 Abs. 3 BRAO [gleich nachstehend] wahrnehmen kann), den der Anwalt für sich in eine als aufdringlich empfundenen Weise für sich auszunutzen sucht⁴²⁵ (Ausnutzen einer konkreten Bedürftigkeit in einer Notlage).⁴²⁶ Auf die Qualität der Notlage kommt es nicht an: Außer Todes-, Krankheits- und Unglücksfällen ist auch eine rechtliche Notlage anzuerkennen – wobei es auch weder eines „Kondolieren(s.) am Grab“ noch eines „Bedrängens“⁴²⁷ bedarf – die bloße Direktansprache eines potenziellen Mandanten in einer Notlagesituation muss ausreichen, um den Tatbestand des § 43 b BRAO zu verwirklichen (mithin das Recht, „to be let alone“ verletzt wird). Eine solche Notsituation kann auch im Falle des wirtschaftlichen Zusammenbruchs eines Anlageunternehmens oder Fonds angenommen werden: Warum betrifft eine solche finanzielle Katastrophe den Anleger nicht – ebenso wie bspw. im Falle eines Verkehrsunfalls (für den die Lauterkeitsrechtsprechung dies in ständiger Judikatur bejaht hat)⁴²⁸ – unmittelbar in seiner Person oder seiner Privatsphäre, wieso soll eine solche Situation keinen „individuellen Unglücksfall“ darstellen, wie Kleine-Cosack glaubt?⁴²⁹

Dabei spielt es auch keine Rolle, ob der Anwalt positiv weiß, dass ein Beratungsbedarf besteht, oder nur in der Hoffnung auf einen solchen wirbt:⁴³⁰ Maßgeblich ist mE allein, dass der Anwalt eine Not- oder Zwangslage bewusst ausnutzt – oder weil im konkreten

425 BGH 2001, 2087. Vgl. auch OLG Karlsruhe, Urteil v. 19.9.2002 – 4 U 32/02. Ebenso AnwG München, BRAK-Mitt. 2008, 225.

426 Hier kann ggf. auch nach § 4 UWG lauterkeitsrechtlich eine Unzulässigkeit der Werbung in Betracht kommen – Kleine-Cosack (§ 43 b BRAO Rn. 26) hat zwar Recht, dass „jede – effektive – Werbung ... zudem an einem potentiellen Bedarf orientiert“ ist – doch rechtfertigt nicht jeder potentielle Bedarf jede Form der Werbung.

427 So aber Kleine-Cosack, § 43 b BRAO Rn. 31.

428 BGH GRUR 1975, 264 (265) – Werbung am Unfallort I; BGH GRUR 1975, 266 (267) – Werbung am Unfallort II; BGH GRUR 1980, 790 (791) – Werbung am Unfallort III; BGH GRUR 2000, 235 (236) – Werbung am Unfallort IV. Dazu näher auch Piper/Ohly, UWG § 4 Rn. 1.36.

429 § 43 b BRAO Rn. 32 – seine Begründung kann folgender Aussage entnommen werden: „Die Betroffenen haben ... nicht selten ein massives Interesse an Informationen und auch an einer Vertretung, welche nur bei Mandatierung einer oder weniger RAe gebündelt sinnvoll und kostengünstig ist“. Worin besteht eigentlich der Unterschied bei einer (unstreitig unlauteren) Direktansprache auf der Autobahn durch einen Abschleppunternehmer in einer Notsituation? Was diesem untersagt ist, muss – erst Recht – dem Rechtsanwalt verboten sein und bleiben. Auch die Vermeidung von Transaktionskosten – der Anwalt könne ein entsprechendes Werbeverbot umgehen (durch Pressemitteilungen oder die Gründung von Initiativen Betroffener) bzw. eine (zulässige) Informationsveranstaltung offerieren – kann nicht überzeugen: Entweder ist eine entsprechende Verhaltensweise berufsrechtswidrig (ggf. auch unlauter), oder sie ist es nicht. Dann ist sie auch nicht so zu rechtfertigen.

430 Allein im Falle von „Kenntnis“ eines Bedarfs sei „besondere Zurückhaltung bzw. Vorsicht im Hinblick auf dessen (Not-) Situation und die dabei vorliegende Gefährdung seiner Freiheit bei der Entscheidung über die Auswahl des Rechtsberaters“ geboten: Kleine-Cosack, § 43 b BRAO Rn. 27.

2 Einzelfallmandatswerbung, Verbot der

Fall indiziengestützt vermutet – auszunutzen trachtet⁴³¹ (Beeinflussung der Freiheit der Mandatierung durch Zwang). Dabei kann es zu keiner Relativierung der unzulässigen, weil belästigenden Einzelfallwerbung kommen, indem Art und Intensität der Notlage in Relation zu Art und Intensität der Mandatswerbung gesetzt wird:⁴³² Dies geschieht übrigens auch nicht im allgemeinen Lauterkeitsrecht, wenn es um die Direktansprache nach Verkehrsunfällen⁴³³ oder um Vertreterbesucher nach Todesfällen⁴³⁴ geht, die unstreitig den Unlauterkeitsvorwurf ohne eine subtile Berücksichtigung der Begleitumstände – ob der Bestattungsunternehmer beim Akquiseversuch etwa besonders pietätvoll vorgegangen ist – beurteilt werden. Für das Schüren von Angst durch Verdachtsäußerungen beim potenziellen Mandanten zwecks Weckung eines anwaltlichen Beratungsbedarfs (Rückabwicklung einer Kapitalanlage einschließlich der damit korrespondierenden Darlehensfinanzierung) gilt nichts anderes.⁴³⁵

Jede unerbetene persönliche Kontaktaufnahme gegenüber einem potenziellen Mandanten ist schon geeignet, dessen Entscheidungsfreiheit zu beeinträchtigen⁴³⁶ (unzulässige Direktansprache) – und stellt, sofern sogar noch eine Zwangs- oder Notlage des Werbeadressaten besteht, einen Verstoß gegen § 43 b BRAO dar. Der Umstand, dass der werbende Anwalt weiß, dass beim Werbeadressaten ein Beratungsbedarf besteht, führt nach Ansicht von Köhler/Piper⁴³⁷ zur Unzulässigkeit der Werbemaßnahme – einer Auffassung der Wolf⁴³⁸ vehement mit dem Argument entgegentritt, dass „effiziente Werbung immer auch zumindest die Hoffnung beinhaltet, dass bei den Werbungsempfängern ein Bedarf bestehen könnte, weil die Werbung andernfalls ins Leere liefe“.⁴³⁹

Ob unter Berücksichtigung und Abwägung aller im konkreten Einzelfall zu berücksichtigenden Umstände⁴⁴⁰ (darunter auch das Informationsinteresse des potenziellen Rechtssuchenden) der Fall einer unzulässigen, weil belästigenden und aufdringlichen Einzelfallmandatswerbung vorliegt, kann mE nicht aus der Sicht des konkret von der Werbung angesprochenen Rechtssuchenden beurteilt werden (subjektive Betrachtungsweise) – sondern allgemein nach objektiven Kriterien bei ex-post-Betrachtung (**objektive Betrachtungsweise unter Außerachtlassung der Motivation des Werbenden**). Dabei ist § 3 Abs. 3 BRAO zu beachten, wonach jedermann im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften das Recht hat, sich in Rechtsangelegenheiten aller Art durch einen Rechtsanwalt seiner Wahl beraten und vor Gerichten, Schiedsgerichten oder Behörden vertreten zu las-

431 Ebenso OLG München, NJW 2006, 517; Der Umworbene bedarf in einem konkreten Fall der Beratung und der Werbende hat dies in Kenntnis der Umstände zum Anlass seiner Werbung (Direktansprache) genommen. Ebenso LG Berlin, BRAK-Mitt. 2007, 92; Unzulässiges anwaltliches Rundschreiben an Fondsgesellschafter, wenn über das Fondsvermögen das Insolvenzverfahren eröffnet worden ist, mit dem Hinweis, der Rechtsanwalt vertrete Mitgesellschafter des Fonds verbunden mit der Bitte, zwecks Kontaktaufnahme einen Fragebogen zu beantworten. Vgl. auch Feuerich/Weyland/Vossbürger, § 43 b BRAO Rn. 31; Wolf, Anwaltliche Werbung, S. 156.

432 So aber Kleine-Cosack, § 43 b BRAO Rn. 28.

433 BGH GRUR 1975, 264 (265) – Werbung am Unfallort I; BGH GRUR 1975, 266 (267) – Werbung am Unfallort II; BGH GRUR 1980, 790 (791) – Werbung am Unfallort III; BGH GRUR 2000, 235 (236) – Werbung am Unfallort IV. Dazu näher auch Piper/Ohly, UWG § 4 Rn. 1.36.

434 BGH GRUR 1955, 541 – Bestattungsinstitut; BGH GRUR 1967, 430 (431) – Grabsteinaufträge I; BGH GRUR 1971, 317 (318) – Grabsteinwerbung II; OLG Karlsruhe, WRP 1973, 231, 233 – Grabsteinwerbung.

435 Vgl. etwa OLG Saarbrücken, BRAK-Mitt. 2007, 278; OLG Hamburg, NJW 2005, 2783.

436 OLG Stuttgart, NJW-RR 1995, 1269.

437 UWG § 1 Rn. 842.

438 Anwaltliche Werbung, S. 154.

439 Wolf, Anwaltliche Werbung, S. 154.

440 Dazu näher OLG Naumburg, AnwBl 2007, 869.