

OLG Hamburg Urteil vom 26.2.2004, 3 U 82/02 (rkr) – *Zulässige Mandatswerbung im Internet*

**Fundstelle:** BRAK Mitt 4/2004, 190 = ITRB 2004, 225 m Anm *Rössel* = MMR 2004, 759

**Wenn eine Anwaltskanzlei über eine Webseite ihres Internetauftritts an vermeintlich geschädigte Aktionäre eines bestimmten Unternehmens herantritt, wobei sie sowohl auf die Erfolgsaussichten einer Klage hinweist als auch Vollmachtsformulare und Informationen zu den konkreten Verfahren bereit hält, stellt dies keine verbotene Werbung (iSd §§ 46, 52 RL-BA 1977) um ein Mandat im Einzelfall dar.**

Leitsatz verfasst von Dr. *Clemens Thiele*, LL.M.

### **Zum Sachverhalt:**

Die Parteien sind Anwaltssozietäten und stehen miteinander im Wettbewerb. Die Bekl. hat sich auf den Bereich Anlegerschutz für Aktionäre spezialisiert, insbesondere vertritt sie Mandate im Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Schwierigkeiten der am so genannten neuen Markt notierten I-AG. Die Bekl. tritt an tatsächlich oder vermeintlich geschädigte Aktionäre der I-AG über ihre - der Bekl. – Anwaltswebsite mit der Adresse <http://www.tilp-kaelberer.de> heran. Die Kl. beanstandet die Veröffentlichung dieser Internet-Seiten der Bekl. als berufswidrige Werbung und nimmt die Bekl. mit der vorliegenden Klage auf Unterlassung in Anspruch. Bei Aufruf der Internet-Domain der Bekl. wird man auf die Startseite geführt. Unter der Überschrift „I-Klage“ heißt es unter anderem: „Die Kanzlei T vertritt bereits eine Vielzahl geschädigter I-Aktionäre. Nach Überprüfung der Sach- und Rechtslage empfehlen wir ein gerichtliches Vorgehen. Für geschädigte I-Aktionäre, die hieran Interesse haben ...“. Der vorstehende Absatz ist als Link ausgestaltet, der zu den weiteren Seiten über die I-Klage führt, dort heißt es unter anderem: „Die Kanzlei T vertritt bereits eine Vielzahl geschädigter I-Aktionäre. Nach Überprüfung der Sach- und Rechtslage empfehlen wir ein gerichtliches Vorgehen. Für geschädigte I-Aktionäre, die hieran Interesse haben, haben wir ein Erfassungsformular vorbereitet. Dort können Sie ihre Daten eintragen und uns per E-Mail zuleiten. Das Formular steht auch als Downland zur Verfügung (In PDF-Format). Sie können uns so Ihre Daten auch zufaxen ...“. Auf diesen Seiten werden dann zu dem Erfassungsformular und der Empfehlung eines gerichtlichen Vorgehens weitere Informationen erteilt. Das vorstehend wiedergegebene Wort „Erfassungsformular“ ist als Link ausgestaltet und führt zu dem Formular „I-Klage“. In dem Formular sind die persönlichen Daten einzugeben sowie Angaben zur Rechtsschutzversicherung und über die Käufe und Verkäufe von „I-Aktien zu machen.

Das LG hat der Klage stattgegeben. Auf die Berufung der Bekl. hat das OLG die Klage abgewiesen.

### **Gründe:**

Die zulässige Berufung der Bekl. hat in der Sache Erfolg. Das landgerichtliche Urteil ist demgemäß abzuändern und die Klage abzuweisen. (...)

Der Unterlassungsantrag ist aus den allein als Anspruchsgrundlage in Betracht kommenden § 43b BRAO, § 1 UWG nach Auffassung des Senats nicht begründet.

1. Gegenstand des Unterlassungsantrags ist die Verwendung der durch die Anlagen K 1-3 gekennzeichneten Internetseiten auf der Homepage der Bekl. Es geht um diese Seiten insgesamt.

2. Die Zulässigkeit des Unterlassungsantrags ist gegeben, er ist hinreichend bestimmt. Das Verbot bezieht sich auf eine konkrete Äußerung der Bekl. im Internet, wie sich das aus ihrem Auftritt gemäß Anlagen K 1-3 ergibt. Für die Frage der Zulässigkeit des Antrags ist es nicht von durchgreifender Bedeutung, wenn die (nur) insgesamt zu verbietende Äußerung auch einzelne Textpassagen aufweist, die als solche nicht wettbewerbswidrig sind.

3. Die erste Voraussetzung des § 43b BRAO, das Vorliegen von Werbung, ist allerdings bei dem Internetauftritt der Bekl. gegeben. Das hat bereits das LG zutreffend angenommen.

a) Nach § 43b BRAO ist Werbung dem Rechtsanwalt 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.

Ausgangspunkt aller Betrachtungen zur Zulässigkeit anwaltlicher Werbung - und demgemäß auch zur begrifflichen Bestimmung von Werbung i.S. des § 43b BRAO - muss der Grundsatz sein, dass zu der durch Art. 12 I GG gewährleisteten Freiheit der anwaltlichen Berufsausübung nicht nur die berufliche Praxis selbst gehört, sondern jede Tätigkeit, die mit der Berufsausübung zusammenhängt und dieser dient. In den Bereich berufsbezogener Tätigkeiten fällt auch die berufliche Außerdarstellung der Grundrechtsberechtigten einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme ihrer Dienste. Insoweit greift auch das Grundrecht des Art. 5 GG; der Schutz des Art. 5 I GG erstreckt sich auch auf kommerzielle Meinungsäußerungen sowie reine Wirtschaftswerbung, die einen wertenden, meinungsbildenden Inhalt hat (Feuerich/Weyland, BRAO, 6. Aufl., § 43b Rdnr. 2 m.w. Nachw.)

Da demgemäß die Meinungs- und Berufsfreiheit des Anwalts nach Art. 5 und 12 GG auch das Recht beinhalten, für die Inanspruchnahme seiner Dienste zu werben, bedarf einer Rechtfertigung immer nur die Einschränkung, die Reglementierung der anwaltlichen Werbung als Teil der anwaltlichen Berufsausübung, nicht aber die Werbemaßnahme, die keiner zulässigen Reglementierung zuwiderläuft (BGH, NJW 2003, 346), vielmehr findet sie diese schon in Art. 5 und 12 GG.

Die sich aus § 43b BRAO (und §§ 6ff BORA) ergebenden Einschränkungen dienen dem Zweck, die Unabhängigkeit des Rechtsanwalts als Organ der Rechtspflege zu sichern und Täuschungen der Rechtssuchenden zu vermeiden, sie dienen außerdem flankierend der Sicherung einer ordnungsgemäßen Berufsausübung. Dadurch erhält das Verbot berufswidriger Werbung seine Rechtfertigung (Feuerich/Weyland, § 43b BRAO Rdnr. 3 m.w. Nachw.).

b) Werbung i.S. des § 43b BRAO ist ein Verhalten, das planvoll darauf angelegt ist, andere dafür zu gewinnen, die Leistungen des Werbenden in Anspruch zu nehmen (BGH, NJW 2003, 346). Ob diese Merkmale erfüllt sind, bestimmt sich maßgeblich nach der Verkehrsauffassung und ist nach objektiven Kriterien zu ermitteln (Feuerich/Weyland, § 43b BRAO Rdnr. 5, § 6 BORA Rdnr. 6).

Wie bereits das LG zutreffend ausgeführt hat, handelt es sich bei dem beanstandeten Internetauftritt der Bekl. um Werbung i.S. des § 43b BRAO. Die Internetseiten präsentieren die Leistungsfähigkeit der Bekl. speziell in Bezug auf den Aktionärsschutz, insbesondere bei I-Aktionären,

4. Der Internetauftritt der Bekl. ist im Hinblick auf die eine Zulässigkeitsvoraussetzung anwaltlicher Werbung des § 43b BRAO gegeben, nach der die Anwaltswerbung nur erlaubt ist, soweit sie über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet (wegen der anderen Voraussetzung vgl. 5).

a) § 43b BRAO gestattet dem Rechtsanwalt nur, berufsbezogene Informationen über seine Person und seine Dienstleistung weiterzugeben. Entgegen der Ansicht der Kl. ist der Internetauftritt der Bekl. insoweit nicht zu beanstanden.

Auf den Internet-Seiten werden die potenziellen Interessenten darüber informiert, dass die Bekl. speziell I-Aktionäre anwaltlich beraten und vertreten können und dass eine Sammelklage in den

USA vorbereitet wird, an die potenzielle Mandanten der Bekl. sich gegebenenfalls anschließen können. Die damit gegebenen Informationen sind lediglich berufsbezogen, sie haben unmittelbar mit der beruflichen Tätigkeit der Bekl. zu tun. Soweit hierbei die I-AG und die für das „I-Desaster“ Verantwortlichen kritisiert werden, ist deswegen der berufliche Bezug nicht etwa verlassen. Die Darstellung mag zugespitzt sein, die Aussage geht aber dahin, dass die Verluste bei den I-Aktien eben auf ein pflichtwidriges Verhalten der im Unternehmen Verantwortlichen zurückgehen. Dieser Umstand ist für eine eventuelle Sammelklage von erheblicher Bedeutung. Damit wird ein berufsbezogener Gesichtspunkt angesprochen.

b) Auch die Pflicht zur in Form und Inhalt sachlichen Werbung (§ 43b BRAO) ist vorliegend nicht verletzt.

(aa) Mit dem Kriterium der Sachlichkeit soll den Bedürfnissen der Rechtsuchenden nach Transparenz der Dienstleistungen Rechnung getragen werden. Damit soll der Gefahr begegnet werden, dass das rechtsuchende Publikum durch Qualitätswerbung irreführt und unrichtige Vorstellungen über die Leistungsfähigkeit eines Rechtsanwalts gewinnt. Das Ziel wird mit der Folge mangelnder Sachlichkeit vor allem bei völlig übertriebener, plump aufdringlicher, marktschreierischer, belästigender oder irreführender Werbung verfehlt; maßgeblich sind die Umstände des Einzelfalls (Feuerich/Weyland, § 43b BRAO Rdnrn. 14-17, § 6 BORA Rdnrn. 15-16, jew. m.w. Nachw.). Während früher als Kriterium für die Unsachlichkeit das „Reklamehafte“ eines Verhaltens von der Rechtsprechung herangezogen wurde, findet das im Gesetz keine Stütze, nachdem der Gesetzgeber in § 43b BRAO das Wort „reklamehaft“ durch den Begriff „unsachlich“ ersetzt hat.

Das Gebot der Sachlichkeit schließt die anwaltliche Werbung mit bloßen Wertungen und Selbstanpreisungen, die nicht auf objektiven Tatsachen beruhen und nicht objektiv nachvollzogen werden können, aus. Allerdings ist wegen Art. 5, 12 GG bei der Annahme der Form nach unzulässiger - nämlich eindeutig überzogen-reklamehafter und damit unsachlicher - Werbung eher Zurückhaltung angezeigt, denn zum einen ist dem Anwalt bei seiner berufsbezogenen Werbung eine nicht ganz enge Gestaltungsfreiheit unerlässlich zuzubilligen und zum anderen muss die Abgrenzung zur unsachlichen Werbung notwendig klar und von bloßen Geschmacksfragen unabhängig sein (BVerfG, NJW 1997, 2510; Feuerich/Weyland, § 6 BORA Rdnrn. 15-16).

(bb) Den Sachlichkeitsanforderungen nach Form und Inhalt genügt der Internetauftritt der Bekl. Gegen die Wahl des Mediums des Internet ist selbstverständlich grundsätzlich nichts einzuwenden (Feuerich/Weyland, § 6 BORA Rdnrn. 15-16 m.w. Nachw.).

Die Informationen über die I-Aktie und die Hintergründe für die Verluste haben, wie ausgeführt, unmittelbar mit der angesprochenen speziellen beruflichen Tätigkeit der Bekl. zu tun, es handelt sich um sachliche Information. Auch die Kritik an der I-AG bzw. an dem „I-Desaster“ erschöpft sich nicht etwa in zugespitzten Worten, sondern hat - wie ausgeführt - juristischen Bezug. Unsachlich ist das ebenfalls nicht, es handelt sich lediglich um eine erkennbar engagierte und insoweit nicht zu beanstandende Information.

Entgegen der Ansicht der Kl. ist auch nicht zu beanstanden, dass das Thema der Verluste der I-Aktionäre von den Bekl. rechtlich bewertet wird („nach der Überzeugung unserer Kanzlei ...“). Nur bloße Wertungen und Selbstanpreisungen genügen nicht dem Sachlichkeitsgebot, die rechtliche Bewertung ausdrücklich der Bekl. relativiert die Aussage vielmehr.

Entgegen der Ansicht der Kl. ist der Internetauftritt nicht mit der Begründung als unsachlich zu verbieten, es werde ein so genanntes Massenverfahren vorbereitet, ohne auf die Besonderheiten des einzelnen Mandats einzugehen. Vielmehr heißt es, wie ausgeführt, auf der Startseite ausdrücklich: „Nach Überprüfung der Sach- und Rechtslage empfehlen wir ein gerichtliches Vorgehen.“ Dieser Satz wird auf der nachfolgenden, anzuklickenden Seite wiederholt. Der angesprochene durchschnittlich verständige und aufmerksame Verbraucher versteht diese Hinweise nicht etwa in dem Sinne, dass in jedem Falle eine Klage empfohlen werde. Selbstverständlich wird er annehmen, dass eine solche Empfehlung gerichtlicher Schritte gerade von dem Ergebnis der anwaltlichen Beratung abhängig sein wird; dem steht auch nicht entgegen, dass zuvor davon die Rede ist, dass

die Kanzlei der Bekl. bereits „eine Vielzahl geschädigter I-Aktionäre vertritt“.

Auch der Umstand, dass mit dem Internetauftritt ein Sammelverfahren in Aussicht genommen wird, ist entgegen der Ansicht der Kl. nicht grundsätzlich zu beanstanden. Schon seit längerem ist anerkannt, dass das so genannte gebündelte Mandat der pflichtgemäßen Berufsausübung des Anwalts entsprechen kann (Feuerich/Weyland, § 6 BORA Rdnr. 22 m.w. Nachw.). Von einer generell oder gar schon im Voraus zu bejahenden Erfolgsaussicht einer Klage der I-Aktionäre steht in dem Internet-Auftritt der Bekl. nichts, auch nicht in unterschwellig-versteckter Weise. Der verständige Durchschnittsverbraucher wird wegen der angesprochenen Kostenrisiken und der zu überprüfenden Sach- und Rechtslage zutreffend schlussfolgern, dass die Erfolgsaussichten einer Klage in verschiedenen Fällen durchaus unterschiedlich sein werden und dass es gerade auch einer individuellen Beratung bedarf, ob man sich einer Sammelklage anschließen soll. Es ist nicht erkennbar, dass der vernünftige Durchschnittsverbraucher andere Schlussfolgerungen ziehen könnte. In dem Gesamtzusammenhang des Internetauftritts ist es auch nicht etwa unsachlich, wenn der Internetbenutzer auch noch auf das „Erfassungsformular“ hingewiesen wird und es herunterladen und ausfüllen kann.

5. Entgegen dem LG ist der Internetauftritt der Bekl. auch keine auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtete Werbung i.S. des § 43b BRAO.

a) Verboten ist dem Rechtsanwalt eine Werbung um ein konkretes Einzelmandat, wenn also für den Rechtsanwalt erkennbar in einer bestimmten Einzelangelegenheit bei dem potenziellen Mandanten bereits ein Beratungs- und/oder Vertretungsbedarf entstanden ist und der Werbende dies in Kenntnis der Umstände zum Anlass für seine Werbung nimmt (Feuerich/Weyland, § 43b BRAO Rdnr. 31 m.w. Nachw.). Das Verbot einer auf Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichteten Werbung darf allerdings nicht mit dem früher aus § 43 BRAO hergeleiteten Verbot der gezielten Werbung um Praxis durch unaufgefordertes Herantreten an potenzielle Mandanten (so noch BGH, NJW 1991, 2641 = GRUR 1991, 917 - Anwaltswerbung I) gleich gesetzt werden und es ist nicht zu verwechseln mit dem direkten Ansprechen potenzieller Mandanten allgemein, was erlaubt ist. Geht es nicht um einen konkreten Auftrag in einem konkreten Einzelfall, darf der Rechtsanwalt potenzielle Mandanten ansprechen und für sich werben (Feuerich/Weyland, § 6 BORA Rdnr. 17).

So ist die Werbung um einzelne Mandanten, die darauf gerichtet ist, die Umworbenen dafür zu gewinnen, die Leistungen des Werbenden in Anspruch zu nehmen, nach § 43b BRAO grundsätzlich erlaubt (BGH, NJW 2001, 2087 = WRP 2001, 923 - Anwaltswerbung II; NJW 2001, 2886 - Anwaltsrundschreiben). Es wurde weder eine an Einzelhändler gerichtete Einladung einer Anwaltskanzlei zu einem Seminar mit Imbiss (BGH, NJW 2001, 2081 - Anwaltswerbung II) noch die Versendung von Rundschreiben an Nichtmandanten, in denen über steuerrechtliche Neuregelungen informiert wurde (BGH, NJW 2001, 2886 - Anwaltsrundschreiben), als gem. § 43b BRAO unzulässig angesehen, weil die Werbung nicht auf die Erlangung konkreter Aufträge im Einzelfall gerichtet gewesen ist.

Andererseits können für sich genommen zulässige Maßnahmen, die Umworbenen als Mandanten zu gewinnen, unter bestimmten Gegebenheiten dennoch eine unzulässige Werbung um einzelne Mandate darstellen. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn der Umworbene in einem konkreten Einzelfall der Beratung oder Vertretung bedarf und der Werbende dies in Kenntnis der Umstände zum Anlass für seine Werbung nimmt. Eine solche Werbung ist als unzulässig anzusehen, weil sie in gleicher Weise wie die offene Werbung um die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall in einer oft als aufdringlich empfundenen Weise auszunutzen versucht, dass sich der Umworbene beispielsweise in einer Lage befindet, in der er auf Hilfe angewiesen ist (etwa als Unfallopfer) und sich möglicherweise nicht frei für einen Anwalt entscheiden kann (Feuerich/Weyland, § 43b BRAO Rdnr. 31 m.w. Nachw.).

(b) Nach diesen Grundsätzen ist der Internetauftritt der Bekl. nach Auffassung des Senats keine auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtete Werbung.

Die Werbung ist im Internet veröffentlicht. Damit wird nicht ein einzelner potenzieller Mandant direkt angesprochen, wie etwa durch ein Telefonat, einen direkt an ihn adressierten Brief mit einem persönlichen Schreiben oder auch einem Rundschreiben. Vielmehr kommen Interessenten auf die Internetseiten der Bekl. auf Grund eigener Aktivitäten oder auch nur zufällig und können - unbeeinflusst durch direkte persönliche Ansprache - sich entscheiden, ob sie sich an die Bekl. überhaupt, sogleich oder später wenden wollen.

Durch die direkte Thematisierung einer möglichen Sammelklage von I-Aktionären richtet sich die Internetwerbung zwar an einen bestimmbar Personenkreis, sie ist aber nicht so auf einen konkreten Schadensfall zugeschnitten, dass damit schon eine Einzelmandatswerbung vorläge. Denn die Bekl. können nicht wissen, ob bei dem einzelnen Internetnutzer, der auch I-Aktionär ist, ein Schaden entstanden ist und ob dann bei dem Einzelnen auch ein Beratungsbedarf konkret und/oder aktuell besteht. Damit zielt die Internetwerbung der Bekl. für den verständigen Durchschnittsverbraucher auf eine unbestimmte Vielzahl potenzieller, noch nicht konkretisierter Mandate.

Es erfolgen eine allgemeine Information über die Möglichkeiten einer Sammelklage und Hinweise darauf, welche Wege bei Interesse für den potenziellen Mandanten in Betracht kommen. Die Darstellung im Internet, die der Benutzer selbst durch eigene Aktivität aufruft, steht der Annahme eines schon konkretisierten Mandats entgegen.

Entgegen dem LG kann nicht darauf abgestellt werden, es gehe bei der Internet-Werbung um die Anbahnung einzelner Aufträge. Das kann nicht durchgreifend sein, weil dieses Ziel letztlich jede Form von Werbung hat und eine dann erreichte persönliche anwaltliche Beratung oder Vertretung ohnehin stets konkret ist. § 43b BRAO schränkt die Meinungs- und Berufsfreiheit des Anwalts ein, die damit verbundenen Eingriffe müssen entsprechend den obigen Ausführungen verhältnismäßig, das heißt im Interesse des Gemeinwohls erforderlich sein. Bei einem so weit gespannten Begriff der Werbung um ein Einzelmandat wäre das nicht mehr der Fall.

In dem maßgeblichen Gesamtzusammenhang der Internetwerbung der Bekl. ist auch das Erfassungsformular nicht zu beanstanden. Obwohl hier der Interessent seine persönlichen Daten einfügen und das Formular an die Bekl. schicken kann, ist die das vorbereitende Werbung im Internet noch keine auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtete Werbung. Der Internetnutzer erkennt, dass es ein allgemein vorbereitetes Formular ist und nicht ihm selbst ausgehändigt oder gar aufgedrängt wird. Vielmehr ist er es, der - noch anonym bleibend - das Formular ohne äußere Einflussnahme etwa durch den Anwalt, allein auf seine Entschließung hin herunterlädt. Deswegen greift auch nicht das Argument der Kl. durch, damit sei der „Einstieg“ in das Einzelmandat gegeben. Das Stadium der Anbahnung ist auch bei einem Anwaltsseminar für potenzielle Mandanten (BGH, NJW 2001, 2087 - Anwaltswerbung II) oder bei einem juristisch-informativen Rundschreiben an Nichtmandanten (BGH, NJW 2001, 2886 - Anwaltsrundschreiben) gegeben, ohne dass derartige Fallgestaltungen, wie ausgeführt, als unzulässig anzusehen wären.

Nach Auffassung des Senats ist die Werbung der Bekl. durchaus mit dem vom OLG München zutreffend entschiedenen Sachverhalt vergleichbar (vgl. dazu OLG München, NJW 2002, 760). Im dortigen Fall hatte eine Anwaltskanzlei auf ihrer Homepage ein so genanntes Interessentenschreiben veröffentlicht, in dem es um mögliche Ansprüche der T-Aktionäre gegen die Deutsche Telekom ging. Zu Recht hat das OLG darauf abgestellt, dass das dortige Schreiben auf eine unbestimmte Vielzahl potenzieller noch nicht konkretisierter Mandate ziele und der Interessent die Veröffentlichung selbst im Internet aufrufen müsse.

# *Anmerkung*<sup>\*</sup>

## **I. Das Problem**

Eine Rechtsanwaltssozietät nahm einen Wettbewerber auf Unterlassung insbesondere der folgenden **Mitteilung auf seiner Homepage** in Anspruch:

„Die Kanzlei vertritt bereits eine Vielzahl geschädigter [...] -Aktionäre. Nach Überprüfung der Sach- und Rechtslage empfehlen wir ein gerichtliches Vorgehen. Für geschädigte [...] -Aktionäre, die hieran ein Interesse haben, haben wir ein Erfassungsformular vorbereitet. Dort können Sie Ihre Daten eintragen und uns per E-Mail zuleiten ...“

Das Formular erfasste neben den persönlichen Daten Angaben zur Rechtsschutzversicherung und zu den Käufen und Verkäufen von Aktien der betreffenden Gesellschaft.

## **II. Die Entscheidung des Gerichts:**

Das Urteil des OLG Hamburg erging im Wettbewerbsprozess zwischen den zwei Anwaltskanzleien. Zwar handelte es sich bei dem der Präsentation der Leistungsfähigkeit dienenden Internetauftritt um Werbung, die jedoch nicht den nach § 43b BRAO erlaubten Rahmen überschritten hätte.

§ 43b BRAO lautet: „Werbung ist dem Rechtsanwalt 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.“

Nach Auffassung des OLG Hamburg ist die gegenständliche Werbung unter den beiden wesentlichen Gesichtspunkten des § 43b BRAO nicht zu beanstanden:

Mit dem Kriterium der Sachlichkeit in Form und Inhalt solle – unter Beachtung der Berufsausübungsfreiheit des Werbenden aus Art. 12 GG – den Bedürfnissen der Rechtsuchenden nach Transparenz der Dienstleistung Rechnung getragen werden. Da die potentiellen Interessenten über die Möglichkeit eines Anschlusses an die von den Anwälten vorbereitete Sammelklage in den USA informiert würden, sei die Werbung in der erforderlichen Weise berufsbezogen. Die geäußerte Kritik am Verhalten der Verantwortlichen und die zugespitzte Bezeichnung der Wertverluste der Aktien als "Desaster" seien als erkennbar engagierte Information mit juristischem Bezug sachlich und berufsbezogen. Durch die Formulierung "Nach Überprüfung der Sach- und Rechtslage empfehlen wir ein gerichtliches Vorgehen" werde auch in ausreichender Weise für den Verbraucher deutlich gemacht, dass die Klageempfehlung vom Ergebnis der anwaltlichen Beratung abhängig sei und nicht generell oder gar im Voraus bejaht werde.

Verboten sei eine Werbung um ein Einzelmandat, wenn bei dem potentiellen Mandanten in einer bestimmten Einzelangelegenheit erkennbar bereits ein Beratungs- oder Vertretungsbedarf entstanden sei und der Werbende dies zum Anlass für seine Werbung nehme, da sich der Umworbene in diesem Fall beispielsweise in einer Lage befindet, in der er auf Hilfe angewiesen ist und sich möglicherweise nicht frei für einen Anwalt entscheiden könne.

Die Wahrnehmung der Werbung auf der Homepage erfolge nicht mittels direkter Ansprache wie bei einem Telefonat oder einem persönlichen (Rund-) Schreiben, sondern aufgrund eigener Aktivitäten der Interessenten, die sich unbeeinflusst von persönlicher Ansprache entscheiden können, ob sie anwaltlichen Rat in Anspruch nehmen wollen oder nicht.

Die Werbung sei nicht auf einen konkreten Schadensfall zugeschnitten, da der Werbende nicht wissen könne, ob bei dem einzelnen angesprochenen Aktionär ein Schaden entstanden sei und ob konkret oder aktuell Beratungsbedarf bestehe; die Werbung ziele vielmehr auf eine unbestimmte Vielzahl potentieller, noch nicht konkretisierter Mandate.

---

<sup>\*</sup> RA Dr. Clemens Thiele, LL.M. Tax (GGU), [Anwalt.Thiele@eurolawyer.at](mailto:Anwalt.Thiele@eurolawyer.at).

### III. Kritik und Ausblick

Die vorliegende Entscheidung des OLG Hamburg ist wohl begründet und kann mE durchaus als Maßstab für die Auslegung der einschlägigen österreichischen Bestimmungen, insbesondere §§ 46, 52 RL-BA herangezogen werden.

Auch wenn der Entscheidung im Ergebnis zuzustimmen ist, erscheint zweifelhaft, ob die Verneinung einer Einzelfallwerbung auf die fehlende konkrete Betroffenheit gestützt werden kann, da ein Beratungsbedarf bei den angesprochenen Aktionären sehr nahe liegen dürfte. Denn der Werbende darf nur von einem generellen Interesse der Adressaten ausgehen, wenngleich durch die Werbemaßnahme ein konkreter Beratungsbedarf letztlich geweckt werden soll (BGH 15.3.2001, I ZR 337/98 – *Anwaltsrundschriften*, MDR 2001, 1308 = BGHReport 2001, 714 = NJW 2001, 2886; 1.3.2001, I ZR 300/98 – *Anwaltswerbung II*, MDR 2001, 898 = BGHReport 2001, 574 = NJW 2001, 2087).

So hat das OLG Naumburg im Fall einer Einladung zu einer Informationsveranstaltung für durch Zinsforderungen der kreditgewährenden Bausparkasse belastete Anleger eines vermögenslosen geschlossenen Immobilienfonds seine ursprüngliche Bejahung der Beeinträchtigung der Entschließungsfreiheit nicht wegen mangelnden konkreten Beratungsbedarfs revidiert, sondern wegen der fehlenden physischen Präsenz der Anwälte bei der Kontaktaufnahme und der teilweise erheblichen räumlichen Entfernung, die zu einer bewussten Entscheidung der Mandanten zwingt (OLG Naumburg, Urt. v. 10.10.2003 – 1 U 17/03, OLG-Report Naumburg 2004, 224 [225]; Revision beim BGH, I ZR 235/03, offen).

In diesem Sinne ist auch der vom OLG Hamburg angesprochenen Entscheidung des OLG München zum Aufruf von Aktionären zur Sammelklage über eine Anwaltshomepage nebst Vollmacht, Honorarvereinbarung und Newsletter zuzustimmen (OLG München 20.12.2001, 29 U 4592/01 – *Interessentenrundschriften*, CR 2002, 530 [532] = ITRB 2002, 258), wonach entscheidend ist, dass bei einer Werbung auf der Homepage anders als bei einer Direktwerbung per Brief oder E-Mail der Beworbene selbst aktiv werden muss (aA OLG Braunschweig, 12.11.2002, 2 U 24/02, CR 2003, 611 = ITRB 2003, 168 bei Scheidungsvollmacht auf der Homepage im Gegensatz zu allgemeinem Kostenvoranschlagsformular).

### IV. Zusammenfassung

Bei einer (passiven) Internetpräsentation scheidet wohl prinzipiell eine unzulässige Einzelmandatswerbung aus, also selbst wenn sie auf Personen zugeschnitten ist, bei denen konkreter Beratungsbedarf anzunehmen ist. Möchte sich hingegen der Anwalt einer Direktwerbung per Rundschreiben bedienen, so hat er nicht nur darauf zu achten, dass kein konkreter Beratungsbedarf zu erwarten sein darf, sondern auch, dass eine Versendung etwa per E-Mail bereits aus allgemeinen Grundsätzen rechtswidrig sein kann (vgl. § 1 UWG; § 107 TKG 2003).