

ANWÄLTISCHE WERBUNG IM INTERNET*

Mit der Änderung des § 49 Z 3 RL-BA 1977¹ ist den Rechtsanwälten die Einrichtung von **Homepages** ausdrücklich gestattet worden. Der nachfolgende Beitrag erörtert, welche Inhalte dabei aus standes- und wettbewerbsrechtlicher Sicht zulässigerweise im Internet dargeboten werden dürfen.

1. Technische und tatsächliche Grundlagen²

Unter einer „*Homepage*“ versteht man die Startseite eines Internetangebots. Über interne Verknüpfungen³ navigiert der Benutzer dann durch die sog *Web-Site*⁴ oder weiter durch das WWW. Entgegen dem zu eng formulierten Standesrichtlinientext soll daher im weiteren nicht von den Homepages⁵ eines Anwalts die Rede sein, sondern besser - pars pro toto - von seiner **Web-Site** oder **Internet-Präsenz**, denn die Zulässigkeitsprüfung macht nicht vor der Startseite halt, sondern schließt das gesamte Angebot ein, das sich hinter der *Homepage* verbirgt.⁶ Das Betreiben mehrerer Web-Sites durch einen Anwalt ist zulässig.⁷

Neben der offenbar rasch wachsenden Nachfrage nach Online-Diensten besteht ein zunehmender Bedarf der rechtssuchenden Bevölkerung, sich unabhängig von Zeit und Ort über die anwaltlichen Dienstleistungen zu informieren. Auf den derzeit im Internet präsentierten Web-Sites österreichischer Anwälte finden sich Abhandlungen der Kanzleiinhaber oder Gerichtsentscheidungen. Interessierte können über Hyperlinks zu anderen juristisch interessanten Seiten vordringen oder via E-Mail mit dem Webmaster in Kontakt treten. Allfällige Bedenken gegen die Aufmachung solcher Web-Sites können sich aus dem Standesrecht ebenso wie aus dem Wettbewerbsrecht ergeben.

2. Standesrechtliche Vorgaben

2.1 Die Werbefreiheit und ihre Beschränkungen

Gemäß § 45 RL-BA 1977 wirbt der Rechtsanwalt durch die Qualität seiner anwaltlichen Leistung. Er hat sich zu Werbezwecken auf das sachlich Gebotene zu beschränken und darf

* RA Dr. *Clemens Thiele*, LL.M. Tax (GGU) ist Rechtsanwalt in Salzburg und erreichbar unter Anwalt.Thiele@eurolawyer.at. *Die Ausführungen des Autors werden zur Diskussion gestellt (Anmerkung der Redaktion).*

¹ Richtlinien für die Ausübung des Rechtsanwaltsberufes, für die Überwachung der Pflichten des Rechtsanwaltes und für die Ausbildung der Rechtsanwaltsanwärter idgF zuletzt kundgemacht im Amtsblatt zur Wiener Zeitung Nr 237 vom 13.10.1998.

² Zu den allgemeinen technischen Grundlagen des Internet und des *World Wide Web* (WWW) sei auf *Thiele*, Straftaten im Cyberspace, MR 1998, 219, 220, und jüngst *W.Freund*, Die Strafbarkeit von Internetdelikten (1998), 5, 13 mwN verwiesen.

³ Sog „*links*“; von engl „*to link*“ = „verbinden, verketteten, zusammenhängen“.

⁴ Dieser Begriff bezeichnet eine zusammenhängend gestaltete Sammlung von Web-Seiten; vgl *Abel*, Cyberslang: die Sprache des Internet von A bis Z (1999), 113.

⁵ Wie dem gem § 37 RAO bestimmten Verordnungsgesetzgeber (vgl VfSlg 9.470) diese unglückliche, weil zu enge, Formulierung „passieren“ konnte, läßt sich leider für den Verfasser nicht restlos nachvollziehen.

⁶ Der inzwischen auch gebräuchliche Begriff der „Internetseite“ ist ebenso ungenau, da er sowohl nur eine einzelne Seite meint, als auch die Gleichsetzung des Internet mit dem WWW und seiner spezifischen Sprache (HTML) suggeriert.

⁷ Das indiziert schon die Verwendung der Mehrzahl in § 49 Z 3 RL-BA 1977.

lediglich ganz bestimmt aufgezählte Angaben seiner Tätigkeit preisgeben.⁸ Gemäß § 45 Abs 3 RL-BA 1977 hat der Rechtsanwalt standeswidrige Werbung zu unterlassen und jede aufdringliche Gestaltung seiner Öffentlichkeitskontakte zu vermeiden.

Der Anwalt darf also über seine Dienstleistung und seine Person informieren, soweit die Angaben sachlich, wahrheitsgemäß und berufsbezogen sind. Verboten sind insbes die gezielte Werbung um neue Klientel und die reklamehafte Selbstdarstellung. Ein Verstoß gegen diese Werbebeschränkungen ist disziplinar.⁹ Einschränkungen der Werbefreiheit sind dort geboten, wo der Anwaltsstand als solcher vor dem Eindruck der Unseriosität bewahrt werden soll.¹⁰ Die marktschreierische Werbung des Anwalts ist jedenfalls zu beanstanden.¹¹

Durch die Neufassung des § 49 Z 3 RL-BA 1977 ist nunmehr klargestellt, daß die Internet-Präsenz des Rechtsanwalts per se standesrechtlich erlaubt ist. Diese Änderung ist mE auch erforderlich gewesen, da bislang zB die durchaus vergleichbare Aussendung des Textes eines Fachartikel mit Bekanntgabe der Daten der rechtsanwaltskanzlei an einen *unbestimmten Firmen- und Personenkreis* bereits als unzulässige Reklame qualifiziert worden ist.¹²

2.2 Werbung im Internet

Bei der Beurteilung anwaltlicher Internet-Präsenz ist mE zunächst va zu prüfen, ob es sich um eine reklamehafte¹³ oder marktschreierische¹⁴ Darstellung handelt, um so die Spreu vom Weizen (grob) zu trennen. Als Maßstab muß ein Vergleich mit den Web-Sites von kommerziellen Anbietern, also idR sonstigen Dienstleistungsunternehmen, herangezogen werden.¹⁵ Die unbestimmten Rechtsbegriffe der „reklamehaften Selbstanpreisung“ und der „aufdringlichen Gestaltung“¹⁶ sind mE anhand der unterschiedlichen Formen und Elemente anwaltlicher Internet-Präsenz zu konkretisieren:

- **Verwendung einer Mailbox:** gegen die Einrichtung einer anwaltlichen Mailbox ist nichts einzuwenden. Dabei hat der Anwalt sein Online-Postfach auf dem Servicecomputer seines Providers. Mittels E-Mail kann dieser elektronische Briefkasten erreicht werden. Er dient lediglich der Entgegennahme von Daten und Nachrichten¹⁷ und ist technisch mit dem erwünschten Telefon- oder Telefaxanschluß vergleichbar. Daher ist auch ein Hinweis auf diese Kommunikationsmöglichkeit nicht zu beanstanden.¹⁸
- **Anwaltliches Gästebuch:** manche Web-Sites bieten die Möglichkeit, in einem sog Gästebuch den eigenen Namen bzw E-Mail sowie eine Nachricht, einen Kommentar oder eine Stellungnahme zu hinterlassen. Das weitere Verwenden der (positiven)

⁸ Vgl den Katalog des § 45 Abs 2 RL-BA 1977.

⁹ OBDK 1.7.1985, Bkd 129/84, AnwBl 1986, 300.

¹⁰ Zur verfassungsrechtlichen Zulässigkeit grundlegend *Berka/Stolzlechner*, Öffentlichkeitskontakte von Anwälten, Meinungsfreiheit und Werbeverbot (1988), 63 ff; *Stolzlechner*, Die Werbung der freien Berufe, insbesondere des Anwaltes, AnwBl 1991, 513.

¹¹ OBDK 6.2.1995, 9 Bkd 3/93, AnwBl 1995, 579 m Anm *Strigl*.

¹² OBDK 6.11.1989, Bkd 28/88, AnwBl 1990, 91; vgl auch OGH 29.10.1996, 4 Ob 2276/96a - *LAW*, wbl 1997, 37 = RdW 1997, 16 = ÖBl 1997, 123.

¹³ ISd § 45 Abs 3 lit a RL-BA 1977.

¹⁴ OBDK 27.11.1995, 5 Bkd 4/94, AnwBl 1996, 465 m Anm *Strigl*; vgl auch OGH 19.9.1995, 4 Ob 73/95, RdM 1996, 57, zur marktschreierischen Ärzterwerbung.

¹⁵ Ein ausgedehnteres *Cybersurfing* zeigt dabei, daß die Unterschiede einzelner Anwalts-Sites zum übrigen Angebot des *Electronic Commerce* erschreckend gering ausfallen. Dies mag zT daran liegen, daß alle im wesentlichen mit denselben Gestaltungsmitteln, zB Java-Applets arbeiten.

¹⁶ ISd § 49 RL-BA 1977.

¹⁷ Zur anwaltlichen Nutzung des *Electronic Mail* bereits *Thiele*, Das Internet in der anwaltlichen Berufspraxis, AnwBl 1998, 670, 671; aus US-amerikanischer Sicht *Duve*, Nutzung des Internet in US-amerikanischen Anwaltskanzleien, K&R 1998, 388, 390 f.

¹⁸ Vgl die regelmäßige Veröffentlichung von anwaltlichen E-Mail Adressen im AnwBl.

Stellungnahmen, zB das Lob eines Klienten, auf der Anwalts-Site ist standeswidrig. § 46 RL-BA 1977 verbietet dem Anwalt nämlich, durch dritte Personen Mandanten zu werben. Darüberhinaus steht der Preisgabe von Mandantennamen zu Referenzzwecken die anwaltliche Verschwiegenheitspflicht entgegen.¹⁹

Das anwaltliche Gästebuch im Internet hat bereits ein deutsches Gericht beschäftigt. Wenngleich die dt Rechtslage mit der österreichischen nur bedingt vergleichbar erscheint, lassen sich aus der E des LG Nürnberg-Fürth²⁰ doch für die Praxis wesentliche Konsequenzen ziehen: da reelle wie virtuelle Gästebücher die Gefahr bergen, daß Besucher dort überwiegend positive Reaktionen deponieren und daher subjektive Belobigungen zu erwarten sind, dürfen die Eintragungen nicht auf der anwaltlichen Web-Site präsentiert werden. Eine interne Nutzung der Daten ist zulässig, da der „Anlockungseffekt“²¹ des Gästebuchs bei unaufdringlicher Aufmachung vernachlässigbar bleibt.²²

- **Multimediale Gestaltungsmittel:** die technisch relativ leicht zu bewerkstelligende Einbindung von Videosequenzen, längeren Sounddateien oder gar erotischen Darstellungen sind nicht nur Indizien für eine reißerische, marktschreierische Aufmachung, sondern geradezu Garantien für eine standeswidrige Anwaltsweb-Site. Auch das Internet stellt ein „Medium“²³ dar, das den Anwälten gem § 48 RL-BA 1977 Zurückhaltung und Mäßigung auferlegt. Nicht alles, was technisch machbar ist, erscheint standesrechtlich wünschenswert. Die Einbindung von audio-visuellen Gestaltungselementen führt zu einer werbepsychologisch geschickten Darstellung des Anbieters, die die Nachfrage nach seinen Leistungen fördern soll. Die Verwendung einer „corporate identity“²⁴ auch auf dem Anwaltssektor ist durchaus begrüßenswert, doch darf das sachliche Informationsinteresse der Rechtssuchenden nicht zu kurz kommen. Das Hinzufügen eines Logos²⁵ ist ebensowenig zu beanstanden wie die Veröffentlichung von Portraitphotos der Sozietätsmitglieder.²⁶ Die Grenze des Zulässigen ist mE erreicht, wenn Kanzleipersonal als Blickfang abgelichtet wird. Dies mag zwar für ein gutes Betriebsklima sprechen, verstößt aber gegen § 45 Abs 1 RL-BA 1977, da allein die Qualität der *anwaltlichen* Leistung bei Öffentlichkeitskontakten im Vordergrund steht. Aus demselben Grund sind mE auch virtuelle Bildergalerien²⁷ oder Angaben über Hobby- und Freizeitverhalten des Anwalts zu beanstanden. Die wahrheitsgemäße Veröffentlichung von Lebensläufen stellt aber keine aufdringliche Gestaltung dar.²⁸ Bei der Angabe sonstiger Tätigkeiten oder besonderer Kenntnisse sind insbes § 45 Abs 2 lit b), c), e) und d) und § 9 RL-BA 1977 zu beachten. Beim Nutzer darf kein falscher Eindruck über Einfluß und Verbindungen des Anwalts entstehen.²⁹
- **Werbung für den Verkauf von Fachliteratur:** spielt auf ärztlichen Web-Sites das Anbieten von Pflegemitteln oder Medikamentenmuster zum Verkauf an den Nutzer eine

¹⁹ Vgl OBDK 12.11.1990, AnwBl 1991, 314.

²⁰ 20.5.1998, 3 O 1435/98, CR 1998, 622.

²¹ Der psychische Zwang des Nutzers, sich eintragen zu müssen.

²² Dabei verliert das Gästebuch aber seine Funktion und wird zur bloßen Feedback Mailbox.

²³ Nach der E des OLG Wien 12.6.1996, 18 Bs 102/96, MR 1996, 142, sogar eines iSd § 1 MedienG.

²⁴ Lesenswert dazu *Dunkl*, Corporate Design Praxis (1997), 5 ff.

²⁵ Insbes des ÖRAK-Standeslogos.

²⁶ Zulässig erscheint auch die Abbildung der in der Kanzlei tätigen Konzipienten, da zumal nach der ständigen Judikatur des VwGH „der Rechtsanwaltsanwärter und der Rechtsanwalt den gleichen Beruf ausüben“ (1.10.1954, 1900/53, Slg 1009 [F]/1954).

²⁷ ZB eine durchaus sehenswerte Zusammenstellung von Rubens oder Picasso Reproduktionen oä.

²⁸ Vgl § 48 Abs 2 RL-BA 1977.

²⁹ Vgl bereits die Leitsätze Nr 26 und 27 der RAK Wien für die Ausübung des Rechtsanwaltsberufes zur Reklame mit Amts- und Richtertiteln; abgedruckt bei *Lohsing/Braun*, Österreichisches Anwaltsrecht² (1950), 447.

nicht unerhebliche Rolle, kommt im anwaltlichen Bereich wohl lediglich die Inserierung von gebrauchter oder neuer juristischer Literatur in Betracht. Letztere va dann, wenn es sich um vom Kanzleihinhaber selbst verfaßte *Fachbücher* oder *Kanzleibroschüren* handelt. Solange die Anpreisung unaufdringlich und sachlich erfolgt,³⁰ ohne daß ein „psychischer Kaufzwang“ suggeriert wird, ist diese Form der Werbung zulässig, liegt ihr doch ebenfalls eine *anwaltliche Leistung* zugrunde.

- **Veranstaltung von Gewinnspielen:** dabei handelt es sich um eine unsachliche, den menschlichen Spieltrieb stimulierende Form der Werbung, für die auf anwaltlichen Web-Sites kein Platz ist. Wird zB der Nutzer aufgefordert, auf der Web-Site nach einem versteckten Gegenstand oder Hinweis zu suchen, und ist er dabei gezwungen einen Großteil des Angebots zu durchforsten, um so einen Barpreis oder gar einen „Beratungsscheck“ zu ergattern, liegt keine sachliche Informationswerbung vor, sondern ein (krasser) Fall der unzulässigen Vorteilsgewährung gem § 46 RL-BA 1977.
- **Besondere Online-Honorare:** die bequeme Erreichbarkeit via E-Mail animiert Laien geradezu, (kurze) Rechtsauskünfte übers Internet einzuholen.³¹ Manch findiger Rechtsanwalt könnte nun auf die Idee kommen, gezielte Anfragebeantwortungen per E-Mail anzupreisen und die Mandanten durch Kreditkarte bezahlen zu lassen. Dabei würde ein ermäßigtes Pauschalhonorar verlangt, da durch die Telekommunikation eine gewisse Zeit- und damit Kostenersparnis im Vergleich zu einem Beratungsgespräch in der Kanzlei bestünde.³² In diesem Zusammenhang ist mE jedoch § 50 RL-BA 1977 zu beachten, wonach ein angemessenes Honorar nicht unterschritten werden darf. Sinn und Zweck der vorgenannten Bestimmung ist nämlich die Verhinderung eines Preiswettbewerbs um Klienten. Eine Beratung zu einem Pauschalhonorar, das unabhängig von Aufwand und Schwierigkeit der erbrachten Leistung gezahlt und dessen Höhe allein durch die Besonderheit der Online-Beratung bestimmt wird, ist mE unzulässig.
- **Hyperlinks auf anderen Web-Sites:** häufig findet der Cybersurfer auf frequentierten Web-Pages³³ sog Werbe-Banner oder Hyperlinks, die nach dem Anklicken auf die Homepage des Anbieters führen³⁴ oder Sponsorenhinweise enthalten. Diese Form der Gestaltung anwaltlicher Internetpräsenz³⁵ ist mE jedenfalls standeswidrig, da der Anlockungseffekt überwiegt. Darüberhinaus wird die Grenze zwischen redaktionellem und werbendem Teil iSd der verpönten „Aufdringlichkeit“ überschritten. Werbe-Banner für Rechtsanwälte auf fremden Internetseiten stellen ein typisches Gestaltungsmittel der sonstigen gewerblichen Wirtschaft dar, die dem freien Anwaltsstand gem § 46 RL-BA 1977 verwehrt sind.

2.3 Online-Beratung durch Rechtsanwälte

Von den soeben erörterten Werbemaßnahmen auf einer anwaltlichen Web-Site ist die Frage zu unterscheiden, ob anwaltliche Leistungen unmittelbar über das Internet, maW *online*, erbracht werden dürfen?

³⁰ ZB durch ein Hyperlink auf den Verlag, zB <http://orac.at/litinfo/usrecht.html>.

³¹ Wohl jeder hat eine Großmutter, die ihm etwas vererben könnte; möchte Steuern sparen oder wissen, wieviel er seinen Kindern Unterhalt zahlen muß etc

³² Genausogut könnte ein *erhöhtes* Honorar verlangt werden mit dem Hinweis auf die Einrichtungskosten der modernen Telekommunikation, ähnlich dem Zuschlag gem § 23a RATG beim elektronischen Rechtsverkehr.

³³ ZB Suchmaschinen wie Alta-Vista, <http://altavista.de> oder Internet-Zeitschriften, sog *Electronic Magazines* (E-Zines); vgl die umfangreiche Liste unter <http://www.meer.net/~johnl/e-zine-list/index.html>.

³⁴ ZB können bei Suchmaschinen über Werbebanner *online* Bücher zum eingegeben Suchbegriff bestellt werden.

³⁵ Zu denken wäre etwa daran, daß eine Bank einen Hyperlink auf „ihren“ Vertrauensanwalt unterhält.

Die Online-Beratung würde unter Übersendung der Dokumente per Post, Telefax oder E-Mail erfolgen. Bei letzterer Variante könnte der Klient sogar anonym bleiben, wenn er sich einer unrichtigen E-Mail Kennung bedient.³⁶ Vorsicht ist also geboten! Neben dem Problem der Einhaltung der anwaltlichen Verschwiegenheitspflicht, die wegen der immer noch bestehenden Sicherheitsmängel im Internet nicht gewährleistet werden kann,³⁷ sind die von §§ 9 Abs 1 und 10 Abs 2 RAO gezogenen Grenzen seriöser anwaltlicher Berufsauffassung rasch erreicht. Bei ausschließlich *online* durchgeführten Beratungen wird der Klient meist nicht in der Lage sein, den Sachverhalt vollständig und sachlich zutreffend darzustellen. Sind die Tatsachen weder einfach noch unstrittig, verläßt der Online-Anwalt den Boden sorgfältiger und gehaltvoller Dienstleistung.³⁸

3. Wettbewerbsrechtliche Schranken

Abgesehen von Zuständigkeitsfragen³⁹ bestehen für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung der Zulässigkeit anwaltlicher Werbung im Internet kaum Besonderheiten.

3.1 Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch

Nach st Rsp ist der Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift dann sittenwidrig iSd § 1 UWG, wenn die Gesetzesverletzung subjektiv vorwerfbar und geeignet ist, dem gesetzwidrig Handelnden einen Vorsprung vor den gesetzestreuen Mitbewerbern zu verschaffen.⁴⁰ Die Ständesregeln der RL-BA 1977 stellen eine Verordnung dar, die der Österreichische Rechtsanwaltskammertag aufgrund der gesetzlichen Ermächtigung des § 37 RAO erlassen hat.⁴¹ Deren Verletzung führt zu einem Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch,⁴² der die jeweils zuständige Rechtsanwaltskammer zur Unterlassungsklage nach § 14 UWG berechtigt.⁴³ Durch eine standeswidrige Internet-Präsenz erzielt der Anwalt einen Werbeeffect, der den gesetzestreuen Kollegen versagt bleibt. Bedient sich ein Rechtsanwalt also standesrechtlich verpönte Elemente⁴⁴ auf seiner Web-Site, riskiert er zugleich die volle wettbewerbsrechtliche Haftung. Darüber hinaus ist zu beachten, daß bereits das Mißachten einer einheitlich gefestigten Standesauffassung,⁴⁵ die auf der allgemeinen Überzeugung der Standesgenossen des jeweiligen Gewerbezweiges beruht, wie eine Gesetzesverletzung zu werten ist.⁴⁶

3.2 Die Haftung für Hyperlinks

³⁶ ZB über diverse Free Mail Dienste; zum sog *Adress Spoofing* (Adressenschwindel) vgl *Kaiser*, Stichwort Internet² (1996), 84.

³⁷ Die Zustimmung des Mandanten ist jedenfalls einzuholen; vgl *Thiele*, AnwBl 1998, 670, 671.

³⁸ Nicht zuletzt in Anbetracht des auch diesfalls unstrittig bestehenden Honoraranspruches.

³⁹ Gemeinsam mit den kollisionsrechtlichen Aspekten von *Hoeren*, Rechtsfragen des Internet (1998), 149, sogar der „archimedische Punkt“ des Internet-Wettbewerbsrechts genannt.

⁴⁰ ÖBl 1992, 268 - *Naturfreunde*; ÖBl 1994, 17 - *Contact*; ÖBl 1996, 237 - *Anstaltsapotheke II*, je mwN.

⁴¹ 1188 BlgNR 17.GP 16; VfSlg 9.470.

⁴² OGH 29.10.1996, 4 Ob 2276/96a, wbl 1997, 37 = RdW 1997, 16 = ÖBl 1997, 123 - *LAW I*.

⁴³ ZB § 2 Abs 2 letzter Satz Geo OÖRAK; OGH 17.9.1996, 4 Ob 2254/96s, ecolex 1997, 442 zur Klagslegitimation der Apothekerkammer gegen ihre Mitglieder.

⁴⁴ Im einzelnen siehe dazu oben Pkt 2.2.

⁴⁵ Diese muß immerhin in einer dem Klarheitsgebot entsprechenden Bestimmtheit feststehen (VfGH 30.6.1988, B 1286/87, VfSlg 11.776; ZfVB 1993/651 zu den Tierärzten).

⁴⁶ So schon wbl 1992, 167 - *Grabsteinwerbung II* mwN; vgl auch jüngst OGH 20.10.1998, 4 Ob 189/98t, ÖBl 1999, 91 - *LAW II*.

Vereinzelt finden sich auf Anwalts-Sites sog (Hyper-)Links⁴⁷ zu anderen Internetseiten, zB zum Rechtsinformationssystem des Bundes,⁴⁸ einer Rechtsanwaltskammer,⁴⁹ dem ÖRAK,⁵⁰ juristischen Verlagen,⁵¹ juristischen Online-Diensten,⁵² Unternehmen⁵³ etc. Dabei ist zwischen internen und externen Links zu unterscheiden.⁵⁴ Vom auf der Ausgangssite sichtbaren Teil eines Links⁵⁵ gelangt man durch Anklicken entweder weiter zu einer anderen Website oder, dann handelt es sich um einen **externen Link**. Verweist ein Link nur auf einen anderen Textblock derselben Web-Page, spricht man von einem **internen Hyperlink** oder einer Textmarke. Letzterer wirft keine besonderen wettbewerbsrechtlichen Probleme auf.

Ein Hyperlink auf eine andere Web-Site, insbes auf deren Inhalte,⁵⁶ kann sich aber als irreführend, rufausbeutend oder vergleichend darstellen. Durch derartige Links können neben Ständesrechtswidrigkeiten auch wettbewerbsrechtliche Tatbestände verwirklicht sowie Urheberrechtsverletzungen begangen werden. Nachfolgende Ausführungen werden aus Platzgründen auf mögliche Wettbewerbsverletzungen beschränkt.

Durch das Setzen von externen Links zu Seiten von gewerblichen Anbietern täuscht der Rechtsanwalt idR eine Geschäftsbeziehung zu diesen vor. Abgesehen von einem wettbewerbswidrigen Vorsprung durch Rechtsbruch⁵⁷ wäre - bei fehlender Zustimmung des Betreibers der Ziel-Web-Site - an ein unlauteres Ausnutzen fremder Leistung zu denken.⁵⁸

ME muß der Rechtsanwalt bei Benützung von externen Links stets auf eine sorgfältige und klare Trennung von eigenen und fremden Inhalten achten, wobei auf den (flüchtigen) Eindruck der „durchschnittlichen Internet-Benutzer“ abzustellen ist.⁵⁹

Ebenso zu beanstanden wäre es, wenn zB eine Unternehmensberatungsgruppe auf ihrer Web-Site einen bestimmten Rechtsanwalt „anpreisen“ würde und ihrerseits einen (internen oder externen) Link auf dessen Internetpräsenz verzweigen würde. Dadurch entsünde nämlich der Eindruck, eines „Syndikatsanwaltes“. Daneben wäre § 46 RL-BA 1977 verletzt, was eine wettbewerbsrechtliche Haftung nach § 1 UWG nach sich zöge.

3.3 Irreführende Werbung eines Online-Anwalts

Im Zusammenhang mit der oben bereits kurz skizzierten Online-Beratung können auch wettbewerbsrechtliche Probleme auftreten. Das LG München I⁶⁰ hatte sich mit folgendem Sachverhalt zu befassen:

Der beklagte Provider hatte in einem von ihm betriebenen Forum im Onlinedienst CompuServe die Mitglieder seines Recht-Online-Forums öffentlich aufgefordert, sich unmittelbar mit ihren konkreten Rechtsfragen an die als „Online-Anwalt“ bezeichnete Kanzlei W & P zu wenden. Dafür wurde ua damit geworben, daß die Forumsmitglieder für eine Erstberatung durch die genannte Anwaltskanzlei unabhängig vom Streitwert eine

⁴⁷ Engl für „Querverweis, Sprungmarke, Verbindung“; Links sind die Sprungbretter der Online-Welt.

⁴⁸ [Http://www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at).

⁴⁹ ZB <http://www.salzburg.com/ra-kammer>.

⁵⁰ [Http://www.oerak.or.at](http://www.oerak.or.at).

⁵¹ ZB <http://www.MANZ.at>.

⁵² ZB <http://www.jusline.at>; <http://www.rdb.co.at>.

⁵³ ZB <http://www.disney.com>.

⁵⁴ So zutreffend *Abel*, Cyberslang: die Sprache des Internet von A bis Z, 60.

⁵⁵ Dem sog. „Anker“; zum Begriff vgl das Langenscheidt Online-Lexikon unter <http://www.networds.de>.

⁵⁶ Manche bezeichnen diese Art der Verknüpfung als „Inline-Link“; vgl *F.Koch*, Rechte an Webseiten, NJW-CoR 1997, 298, 300; einschränkender *Kucsko*, Schmarotzen im Netz, ÖBl 1999, 1, der darunter ein Link zu einer fremden Web-Site versteht, wobei der betreffende Teil der fremden Web-Site zum Teil des eigenen Inhalts gemacht wird, ohne daß dies für den Benutzer erkennbar ist.

⁵⁷ ZB bei einem Verstoß gegen § 46 RL-BA 1977.

⁵⁸ Eingehend *Marwitz*, Haftung für Hyperlinks, K&R 1998, 369, 370 ff, allerdings ohne besondere Bezugnahme auf die freien Berufe.

⁵⁹ Vgl OGH 24.2.1998, 4 Ob 36/98t - *jusline*, ÖBl 1998, 241 = MR 1998, 208 m Anm *A.Haller*.

⁶⁰ 25.3.1996, 1 HKO 5953/96, CR 1996, 736.

Pauschalgebühr in Höhe von lediglich DM 35,- zu zahlen hätten. Im Forum wurde darauf hingewiesen, daß bei der Inanspruchnahme des „Online-Anwalts“ allein eine Rechtsbeziehung zwischen dem Nutzer und dem Rechtsanwalt entstünde. Die Betreiberin des Recht-Online-Forums nähme keine Rechtsberatung vor, sondern stelle lediglich ein Kommunikationsmedium zur Verfügung.

Das dt Gericht gab dem Antrag auf Erlassung einer Einstweiligen Verfügung ua mit der Begründung statt, daß die Empfehlung einer einzigen Kanzlei als „Online-Anwalt“ sachlich falsch und daher eine irreführende Angabe iSd § 3 dUWG⁶¹ darstellte. Darüberhinaus fördere die Beklagte das standeswidrige Verhalten eines Rechtsanwalts va in bezug auf die unzulässige Honorarpauschalierung und verschaffe ihm damit einen ungerechtfertigten Wettbewerbsvorsprung vor den rechtstreuen Standesangehörigen. Das Gericht ging zu Recht auch davon aus, daß der so bevorzugte „Online-Anwalt“ mit seiner Anpreisung durch den Provider einverstanden war.⁶²

4. Zusammenfassung

Das Internet bietet auch im Bereich der anwaltlichen Werbung enorme Chancen. Trotz des zu eng gefaßten Wortlauts des § 49 Z 3 RL-BA 1977 ist die anwaltliche Internetpräsenz in Form einer eigenen Web-Site und nicht nur durch Homepages standesrechtlich zulässig. Für die jeweils dargebotenen Inhalte gelten die Beschränkungen der §§ 45 ff RL-BA 1977 sowie der §§ 1 ff UWG. Der Rechtsanwalt hat jeglichen Anschein marktschreierischer oder sonstwie unsachlicher Anpreisung seiner Dienstleistungen zu vermeiden, da für den anwaltlichen Berufsstand die Seriosität des einzelnen von entscheidender Bedeutung ist.⁶³ Im realen wie im virtuellen Raum wirbt er - von Wettbewerbs- und Standesrecht unbehelligt - am besten durch die Qualität seiner anwaltlichen Leistung.

⁶¹ Entspricht § 2 öUWG.

⁶² Nach österr Standesauffassung wohl eine ebenfalls unzulässig Umgehung der Werbebeschränkungen gem § 46 RL-BA 1977.

⁶³ So auch die verfassungsrechtliche Vorgabe in VfGH 27.9.1990, V 95,96/90, wbl 1991, 24 = ecollex 1991, 66.