BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 202/02

Verkündet am:
27. Januar 2005
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

Optimale Interessenvertretung

UWG §§ 3, 4 Nr. 11, § 8 Abs. 3 Nr. 1;
BRAO § 43b; BORA § 6

Ist in einer Werbung für eine Rechtsanwaltskanzlei die Angabe über eine "optimale Vertretung" eingebettet in eine Reihe von Sachangaben, kann nach dem Kontext der gesamten Werbeaussage ein Verstoß gegen das Sachlichkeitsgebot nach § 43b BRAO, § 6 BORA zu verneinen sein.

BGH, Urt. v. 27. Januar 2005 - I ZR 202/02 - OLG Hamburg
LG Hamburg

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 27. Januar 2005 durch die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Dr. Bornkamm, Pokrant, Dr. Büscher und Dr. Schaffert

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg, 5. Zivilsenat, vom 3. Juli 2002 wird auf Kosten der Kläger zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Kläger sind in einer Sozietät zusammengeschlossene Rechtsanwälte mit Kanzleisitz in B. . Der Beklagte ist Partner einer aus Rechtsanwälten bestehenden Partnerschaft, die ihren Sitz in H. -B. hat. Auf der von der Partnerschaft eingerichteten Homepage heißt es u.a.:

"1950 gründete W. K. , der Vater des heutigen Seniorpartners R. K. , unsere Kanzlei im Zentrum von H. . Im Jahre 1978 wurde der Sitz der - zum damaligen Zeitpunkt von R. K. allein betriebenen - Kanzlei nach H. -B. verlegt. Heute stehen Ihnen acht Rechtsanwälte für die optimale Vertretung Ihrer Interessen in den verschiedensten Rechtsgebieten zur Verfügung. Eine moderne EDV, eine gut ausgestattete Fachbibliothek und der Zugriff auf umfangreiche juristische Datenbanken gewährleisten höchste Beratungsqualität."

Die Kläger sind der Auffassung, der Hinweis auf eine "optimale Vertretung" sei eine reklamehafte Selbstanpreisung und stelle eine für einen Rechtsanwalt unzulässige Werbung dar.

Die Kläger haben beantragt,

dem Beklagten zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken für rechtsanwaltliche Tätigkeit wie folgt zu werben:

"Heute stehen Ihnen acht Rechtsanwälte für die optimale Vertretung Ihrer Interessen in den verschiedensten Rechtsgebieten zur Verfügung."

Der Beklagte ist der Klage entgegengetreten.

Das Landgericht hat den Beklagten antragsgemäß verurteilt. Die Berufung des Beklagten hat zur Abweisung der Klage geführt (OLG Hamburg NJW 2002, 3183).

Mit der (vom Berufungsgericht zugelassenen) Revision verfolgen die Kläger ihren Klageantrag weiter. Der Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat einen Unterlassungsanspruch der Kläger verneint. Zur Begründung hat es ausgeführt:

Hinweis: Auch Teile der Urteilssammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
JLaw – für Android
JLaw – für iOS

Die Klagebefugnis der Kläger und die Passivlegitimation des Beklagten habe das Landgericht zutreffend bejaht. Es sei auch zu Recht davon ausgegangen, daß die Kläger nicht rechtsmißbräuchlich gegen den Beklagten vorgegangen seien. Der angegriffene Teil des Internet-Auftritts der Partnerschaft, der der Beklagte angehöre, verstoße jedoch nicht gegen § 43b BRAO, § 6 BORA. Im Grundsatz sei davon auszugehen, daß Rechtsanwälten die Werbung für ihre berufliche Tätigkeit nicht verboten, sondern erlaubt sei. Das Sachlichkeitsgebot werde nicht durch auf den Beruf bezogene Tatsachenbehauptungen verletzt, deren Richtigkeit überprüft werden könne. Maßvolle Selbstbeschreibungen der persönlichen Kompetenz, die subjektive Werturteile seien, seien ebenfalls nicht zu beanstanden, wenn sie einen objektiven Kern zu haben schienen und nach Form und Inhalt nicht in der Einkleidung eines "marktschreierischen Werbungsstils" daherkämen. Ein Teil des umworbenen Publikums werde die beanstandete Passage im Gesamtzusammenhang der Geschichte der Kanzlei dahin verstehen, durch die gestiegene Zahl der Rechtsanwälte könne eine größere Anzahl von Rechtsgebieten abgedeckt werden. Das Wort "optimal" beziehe sich bei einem derartigen Verständnis auf die Breite der angebotenen Rechtsberatung und beinhalte im wesentlichen eine der Überprüfung zugängliche Sachaussage. Aber auch wenn der Begriff als Bewertung der anwaltlichen Leistung aufgefaßt werde, entspreche die Aussage in der konkreten Verwendungssituation noch dem Sachlichkeitsgebot. Zwar sei "optimal" ein Superlativ; der Begriff sei jedoch durch seinen inflationären Gebrauch in der Werbung verblaßt. In dem sprachlichen Kontext stelle er keine übermäßige reklamehafte Übertreibung oder marktschreierische Herausstellung dar.

II. Die Revision hat keinen Erfolg.

1. Zu Recht hat das Berufungsgericht allerdings angenommen, daß die Kläger als unmittelbar Verletzte klagebefugt und aktivlegitimiert sind. Die An-

spruchsberechtigung des unmittelbar Verletzten, die sich unter Geltung des § 13 Abs. 2 UWG a.F. aus der verletzten Rechtsnorm selbst ergab (BGH, Urt. v. 6.10.1999 - I ZR 92/97, GRUR 2000, 616, 617 = WRP 2000, 514 - Auslaufmodelle III), folgt nunmehr aus § 8 Abs. 3 Nr. 1, § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG. Zwischen den Parteien besteht nach den revisionsrechtlich nicht zu beanstandenden Feststellungen des Berufungsgericht ein konkretes Wettbewerbsverhältnis. Die Parteien gehören mittelgroßen Kanzleien mit Sitz in B. und H. an. Im Streitfall ist deshalb davon auszugehen, daß die Parteien versuchen, gleichartige Dienstleistungen innerhalb derselben Verkehrskreise abzusetzen mit der Folge, daß das konkret beanstandete Wettbewerbsverhalten den anderen beeinträchtigen kann (vgl. BGH, Urt. v. 5.10.2000 - I ZR 210/98, GRUR 2001, 258 = WRP 2001, 146 - Immobilienpreisangaben; Urt. v. 6.12.2001 - I ZR 214/99, GRUR 2002, 985, 986 = WRP 2002, 952 - WISO).

2. Den Klägern steht gegen den Beklagten jedoch kein Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 Satz 1, §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i.V. mit § 43b BRAO, § 6 BORA zu. Die beanstandete Passage in dem Internet-Auftritt der Partnerschaft, der der Beklagte angehört, verstößt entgegen der Auffassung der Revision nicht gegen die die anwaltliche Werbung regelnden Vorschriften der § 43b BRAO, § 6 BORA.

a) Nach § 4 Nr. 11 UWG handelt derjenige unlauter i.S. des § 3 UWG, der einer gesetzlichen Bestimmung zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Zu den Vorschriften, die im Interesse der Marktteilnehmer, insbesondere der Verbraucher, auch das Verhalten von Unternehmen bestimmen, rechnen § 43b BRAO, § 6 BORA. Als Bestimmungen, die sich ausdrücklich mit der Zulässigkeit der anwaltlichen Werbung befassen, kommt ihnen eine auf die Lauterkeit des Wettbewerbs bezogene Schutzfunktion zu.

Die Rechtsnormqualität i.S. von § 4 Nr. 11 UWG erfüllt auch § 6 BORA. Denn zu den gesetzlichen Vorschriften nach § 4 Nr. 11 UWG zählt auch die durch Satzung nach § 59b Abs. 1, § 191a Abs. 2, § 191e BRAO ergangene BORA (vgl. Harte/Henning/v. Jagow, UWG, § 4 Nr. 11 Rdn. 37; Baumbach/ Hefermehl/Köhler, Wettbewerbsrecht, 23. Aufl., § 4 UWG Rdn. 11.24; Fezer/ Götting, UWG, § 4 Nr. 11 Rdn. 41).

b) Entgegen der Ansicht der Revision verstößt die beanstandete Werbeaussage jedoch nicht gegen das Sachlichkeitsgebot nach § 43b BRAO, § 6 BORA.

aa) Nach § 43b BRAO ist dem Rechtsanwalt Werbung erlaubt, soweit sie über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet und nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet ist. Die Bestimmung wird inhaltlich teilweise konkretisiert durch §§ 6 ff. BORA. Gemäß § 6 Abs. 1 BORA darf der Rechtsanwalt über seine Dienstleistung und seine Person informieren, soweit die Angaben sachlich unterrichten und berufsbezogen sind.

Die Vorschrift des § 43b BRAO eröffnet nicht eine ansonsten nicht bestehende Werbemöglichkeit, sondern konkretisiert die verfassungsrechtlich garantierte Werbefreiheit. Deshalb bedarf nicht die Gestattung der Anwaltswerbung der Rechtfertigung, sondern deren Einschränkung. Sie ist nur dann mit Art. 12 Abs. 1 GG vereinbar, wenn sie im Einzelfall durch ausreichende Gründe des Gemeinwohls gerechtfertigt ist und im übrigen dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit entspricht (vgl. BVerfG, Beschl. v. 12.9.2001 - 1 BvR 2265/00, WRP 2001, 1284, 1285; Beschl. v. 4.8.2003 - 1 BvR 2108/02, GRUR 2003, 965 f. = WRP 2003, 1213; BGHZ 147, 71, 74 f. - Anwaltswerbung II; BGH, Urt. v. 15.3.2001 - I ZR 337/98, WRP 2002, 71, 73 - Anwaltsrundschreiben). Selbst-

darstellungen des Rechtsanwalts unterliegen, soweit die Form und der Inhalt der Werbung nicht unsachlich sind, keinem generellen Werbeverbot. Das von den Angehörigen eines freien Berufs zu beachtende Sachlichkeitsgebot verlangt keine auf die Mitteilung nüchterner Fakten beschränkte Werbung (vgl. BVerfG, Beschl. v. 26.8.2003 - 1 BvR 1003/02, GRUR 2003, 966, 968 = WRP 2003, 1209; Beschl. v. 26.10.2004 - 1 BvR 981/00, WRP 2005, 83, 87; BGH, Urt. v. 9.10.2003 - I ZR 167/01, GRUR 2004, 164, 166 = WRP 2004, 221 - Arztwerbung im Internet).

bb) Das Berufungsgericht hat angenommen, ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise werde die Werbung aufgrund des Zusammenhangs mit der Kanzleigeschichte dahin verstehen, durch die gewachsene Zahl der Rechtsanwälte könnten mehr Rechtsgebiete abgedeckt werden als durch lediglich einen Rechtsanwalt. Das Wort "optimal" beziehe sich auf die Breite der gebotenen Rechtsberatung und enthalte eine der Überprüfung zugängliche Sachaussage. Aber auch wenn andere Teile des Verkehrs die Werbung dahin auffaßten, die anwaltliche Leistung werde als "optimal" bezeichnet, liege im sprachlichen Kontext keine übermäßige reklamehafte Übertreibung oder gar marktschreierische Herausstellung der Mitglieder der Kanzlei des Beklagten vor.

cc) Die Beurteilung des Berufungsgerichts, daß die beanstandete Werbung nach Form und Inhalt noch nicht reklamehaft selbstanpreisend den Boden sachlicher Information verlasse, ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Entgegen der Ansicht der Revision ist nicht jede positive Darstellung der Leistung des Rechtsanwalts in seiner Werbung mit dem Sachlichkeitsgebot unvereinbar. Zudem sind Einzeläußerungen wie der hier beanstandete Satz im Kontext der gesamten Werbeaussage auszulegen (vgl. BVerfG, Beschl. v. 28.2.2003 - 1 BvR 189/03, BRAK-Mitt. 2003, 127). Im Streitfall ist die Aussage

über eine "optimale Vertretung" eingebettet in eine Reihe von Sachangaben, wonach - anders als in den Anfängen der Kanzlei - nunmehr acht Rechtsanwälte für die Vertretung zur Verfügung stehen, eine moderne EDV und eine gut ausgestattete Fachbibliothek vorhanden sind und auf umfangreiche juristische Datenbanken zurückgegriffen werden kann.

Dies sind Grundlagen für eine mögliche optimale Vertretung der Mandantenbelange. Der beanstandete Werbesatz steht als Aussage über die Leistung der Kanzleimitglieder in einem engen inneren Zusammenhang mit diesen Angaben über die personelle und sachliche Ausstattung der Kanzlei. Das Berufungsgericht hat zudem rechtsfehlerfrei angenommen, daß die beanstandete Aussage auch nicht deshalb übermäßig reklamehaft sei, weil das Wort "optimal" auf das lateinische Wort "optimus" zurückgehe, das "der Beste" bedeute. Das Berufungsgericht hat dargelegt, daß das Wort "optimal" aufgrund seiner vielfachen Verwendung in der Werbung nicht als Superlativ empfunden werde. Es hat dementsprechend rechtsfehlerfrei festgestellt, daß die beanstandete Werbung nach dem Kontext, in den das Wort "optimal" gestellt sei, nicht als Vergleich mit anderen Rechtsanwälten verstanden werde.

3. Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Ungern-Sternberg Bornkamm Pokrant

Büscher Schaffert