ein kostenloser Mittagsimbiß gereicht wird (teilweise Aufgabe von BGHZ 115, 105, 110 ff. - Anwaltswerbung I).

BGH, Urt. v. 1. März 2001 - I ZR 300/98 - Brandenburgisches OLG
LG Potsdam

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 1. März 2001 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Starck, Prof. Dr. Bornkamm, Dr. Büscher und Dr. Schaffert

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten zu 4 bis 7 wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Brandenburgischen Oberlandesgerichts vom 20. Oktober 1998 aufgehoben.

Die Berufung der Kläger gegen das Teilanerkenntnis- und Schlußurteil der 2. Zivilkammer des Landgerichts Potsdam vom 6. März 1998 wird zurückgewiesen.

Die Kosten beider Rechtsmittelverfahren haben die Kläger zu tragen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagten zu 4 bis 7 (im weiteren: die Beklagten) sind Rechtsanwälte und betreiben in P. eine gemeinsame Kanzlei.

Unter Verwendung des von ihnen gemeinsam mit den früheren Beklagten zu 1 bis 3, die ebenfalls Rechtsanwälte sind und in P. eine Kanzlei betreiben und die den Klageanspruch im Verfahren vor dem Landgericht anerkannt haben, benutzten Kanzleibogens luden sie mit Schreiben vom 29. August 1997 verschiedene in der P. Innenstadt geschäftsansässige Einzelhändler, die nicht zu ihren Mandanten gehörten, für Samstag, den 20. September 1997, von 10.00 bis 15.00 Uhr, zu einem Informationsgespräch inkl. Mittagsimbiß in das Parkhotel P. ein. Das Einladungsschreiben kündigte "fundierte Ratschläge und Informationen praxiserfahrener Rechtsanwälte" zu folgenden Fragen an:

"Was muß ich tun, wenn ich die Abmahnung eines Mitbewerbers oder anderer erhalte?
Wie verhalte ich mich bei Räumungsverkäufen?
Was muß ich bei meiner eigenen Werbung beachten?
Wie kann ich rechtlich zulässig Rabatte gewähren?"

Die Kläger sind ebenfalls Rechtsanwälte und betreiben in P. eine Kanzlei. Sie sehen die Einladung zu dem Informationsgespräch als Verstoß gegen § 43b BRAO und damit zugleich gegen § 1 UWG an. Die Werbung mit unentgeltlicher Rechtsberatung und einem kostenlosen Mittagsimbiß diene nicht der sachlichen Unterrichtung über die berufliche Tätigkeit. Die gezielte

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

Bewerbung eines interessierten Personenkreises sei zudem auf die Erlangung von Einzelaufträgen gerichtet.

Die Kläger haben beantragt,

> die Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs gegenüber natürlichen und juristischen Personen, zu denen kein mandantschaftliches Verhältnis besteht oder bestanden hat, zu einem Informationsgespräch inklusive Mittagsimbiß einzuladen und hierbei durch ein berufsbezogenes Referat fundierte Ratschläge und Informationen unentgeltlich anzubieten.

Die Beklagten sind dem entgegengetreten. Nach ihrer Auffassung verstößt die Einladung zu der Informationsveranstaltung insbesondere mit Blick auf die durch Art. 12 GG gewährleistete Freiheit der Berufsausübung nicht gegen § 43b BRAO und § 1 UWG.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Das Berufungsgericht hat die Beklagten antragsgemäß verurteilt.

Mit ihrer (zugelassenen) Revision erstreben die Beklagten weiterhin die Abweisung der Klage. Die Kläger beantragen, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat gemeint, der geltend gemachte Unterlassungsanspruch sei gemäß §§ 1, 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG begründet. Die Einladung verstoße gegen § 1 UWG, weil die Beklagten mit dieser Werbemaßnahme das in § 43b BRAO enthaltene Werbeverbot verletzt und sich dadurch einen nicht gerechtfertigten Vorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern verschafft hätten.

Die Bestimmung des § 43b BRAO erhalte das bisher standesrechtlich sanktionierte Werbeverbot für Rechtsanwälte im Grundsatz aufrecht. Sie eröffne lediglich insoweit eine - als Ausnahme vom Grundsatz eng zu verstehende - Werbemöglichkeit, als sie dem Rechtsanwalt gestatte, über seine berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich zu berichten.

Eine derartige Unterrichtung über die berufliche Tätigkeit aber habe die Einladung weder enthalten noch für die Veranstaltung angekündigt. Mit dem Angebot eines Mittagsimbisses im Parkhotel - worunter die Eingeladenen bei verständiger Würdigung ein ordentliches Essen hätten verstehen müssen - hätten Informationen über die berufliche Tätigkeit der Beklagten ohnehin nicht vermittelt werden können. Anstößig und unzulässig sei die Werbemaßnahme der Beklagten, weil diese damit ansonsten kostenpflichtige anwaltliche Leistungen sowie auch noch ein Essen offeriert hätten, um in einer Angehörigen des Anwaltsstands nicht anstehenden Weise Kunden zu beeindrucken und anzulocken.

Daß das Verhalten der Beklagten nicht direkt auf die Erteilung von Aufträgen im Einzelfall gerichtet gewesen sei, ändere nichts an seiner Verbotswidrigkeit. Der Bestimmung des § 43b BRAO sei zu entnehmen, daß selbst eine grundsätzlich zulässige sachliche Unterrichtung über die berufliche Tätigkeit des Anwalts dann verbotene Werbung darstelle, wenn sie dem Ziel diene, einen Rechtsuchenden zur Erteilung eines Auftrags im Einzelfall zu bewegen.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg. Sie führen zur Aufhebung des Berufungsurteils und zur Wiederherstellung des die Klage abweisenden landgerichtlichen Urteils. Die beanstandete Einladung zu einem Informationsgespräch verstößt nicht gegen § 43b BRAO.

1. Das Berufungsgericht ist allerdings zutreffend davon ausgegangen, daß die Einladung als Werbung anzusehen ist. Werbung ist ein Verhalten, das darauf angelegt ist, andere dafür zu gewinnen, die Leistung desjenigen in Anspruch zu nehmen, für den geworben wird (BGH, Beschl. v. 7.10.1991 - AnwZ (B) 25/91, NJW 1992, 45). Danach handelt es sich bei dem fraglichen Schreiben um Werbung. Die Beklagten haben mit ihm nach den rechtsfehlerfrei getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts die Gelegenheit gesucht, sich gegenüber einem Kreis von wirtschaftlich interessanten potentiellen Rechtsuchenden, mit denen bisher Mandatsverhältnisse nicht bestanden, zu präsentieren und das Leistungsvermögen ihrer Kanzlei zu demonstrieren, um auf diesem Weg neue Klienten zu gewinnen.

2. Das Berufungsgericht hat jedoch zu Unrecht angenommen, daß die Werbung gegen § 43b BRAO verstößt.

a) Bereits im rechtlichen Ansatz nicht zutreffend ist die Annahme des Berufungsgerichts, § 43b BRAO halte das bisher standesrechtlich sanktionierte Werbeverbot für Rechtsanwälte im Grundsatz aufrecht und eröffne lediglich insoweit eine - als Ausnahme vom Grundsatz eng zu verstehende - Werbemöglichkeit, als sie dem Rechtsanwalt gestatte, über seine berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich zu berichten.

aa) Rechtsanwälten ist die Werbung für ihre berufliche Tätigkeit im Grundsatz nicht verboten, sondern erlaubt. Die Werbefreiheit ist als Teil der Berufsausübungsfreiheit durch Art. 12 Abs. 1 GG gewährleistet. Zu der Freiheit der Berufsausübung gehört nicht nur die berufliche Praxis selbst, sondern auch jede Tätigkeit, die mit der Berufsausübung zusammenhängt und dieser dient. Sie umfaßt daher auch die Außendarstellung von selbständig Berufstätigen einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme ihrer Dienste (vgl. BVerfGE 85, 248, 256; 94, 372, 389; BVerfG WRP 2000, 720, 721 = NJW 2000, 3195). Die Bestimmung des § 43b BRAO, die 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, eröffnet mithin nicht etwa eine ansonsten nicht bestehende Werbemöglichkeit, sondern konkretisiert lediglich die verfassungsrechtlich garantierte Werbefreiheit. Dementsprechend bedarf nicht die Gestattung der Anwaltswerbung der Rechtfertigung, sondern deren Einschränkung (vgl. Mayen, NJW 1995, 2317, 2318; Krämer, FS Piper, 1996, S. 327, 330 f.; Feuerich/Braun, BRAO, 5. Aufl., § 43b Rdn. 2; Hartung/Holl/Römermann, Anwaltliche Berufsordnung, Vor § 6 Rdn. 31). Eine solche Einschränkung erfordert, da sie einen Eingriff in die Freiheit der Berufsausübung darstellt, eine - mit der Regelung des § 43b BRAO gegebene - gesetzliche Grundlage. Sie ist außerdem 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 (BVerfGE 76, 196, 207). Sinn und Zweck des § 43b BRAO bestehen gerade darin, einerseits die Werbung auf solche für das Publikum nachvollziehbare und nützliche, rein sachbezogene Maßnahmen zu beschränken, andererseits aber dem Anwalt die Möglichkeit einzuräumen, in dem gezogenen Rahmen zur Förderung eigener Erwerbstätigkeit sich nach außen zu wenden.

bb) Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts hat die durch das Gesetz zur Neuordnung des Berufsrechts der Rechtsanwälte und Patentanwälte vom 2. September 1994 (BGBl. I S. 2278) in die Bundesrechtsanwaltsordnung eingefügte Bestimmung des § 43b BRAO die Rechtslage verändert.

Das früher aus § 43 BRAO hergeleitete Verbot berufswidriger Werbung untersagte aufdringliche Werbemethoden, die sich als Ausdruck eines rein geschäftsmäßigen, ausschließlich am Gewinn orientierten Verhaltens darstellten. Hierzu wurden das sensationelle oder reklamehafte Sich-Herausstellen und das unaufgeforderte direkte Herantreten an potentielle Mandanten als gezielte Werbung um Praxis gerechnet (vgl. BVerfG NJW 1992, 1613; BGHZ 115, 105, 108 ff. - Anwaltswerbung I; BGH, Beschl. v. 13.9.1993 - AnwSt (R) 6/93, NJW 1994, 2035, 2036; Urt. v. 16.6.1994 - I ZR 67/92, GRUR 1994, 825, 826 = WRP 1994, 608 - Strafverteidigungen).

Die nunmehr in § 43b BRAO enthaltene gesetzliche Regelung der Grenzen der dem Rechtsanwalt gestatteten Werbung erschöpft sich nicht in einer bloßen Übernahme und Festschreibung der überkommenen Grundsätze zum Verbot berufswidriger Werbung. Diese Grundsätze können daher bei der Aus-

legung der Neuregelung nicht ohne weiteres heranzogen werden. Mit den vom früheren Sprachgebrauch abweichenden Formulierungen in § 43b BRAO wollte der Gesetzgeber Änderungen in der Sache deutlich machen (vgl. Henssler/ Prütting/Eylmann, BRAO, § 43b Rdn. 5). Während früher das reklamehafte Anpreisen schlechthin als unzulässig angesehen wurde, setzt die nunmehr geltende Regelung voraus, daß die Werbung über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet. Wurde früher das unaufgeforderte direkte Herantreten an potentielle Mandanten als grundsätzlich verboten angesehen, so darf nunmehr nach § 43b BRAO die Werbung nur nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet sein.

b) Entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts enthält die im vorliegenden Fall zu prüfende Einladung eine in Form und Inhalt sachliche Unterrichtung über die berufliche Tätigkeit der Beklagten.

aa) Die Einladung zu dem Informationsgespräch stellt eine Unterrichtung über die berufliche Tätigkeit der beklagten Rechtsanwälte dar.

Eine Werbung unterrichtet über die berufliche Tätigkeit eines Rechtsanwalts, wenn sie die interessierte Öffentlichkeit darauf aufmerksam macht, daß der Werbende oder Beworbene als Rechtsanwalt tätig ist. Enthält die Werbung darüber hinaus weitere Informationen, so stehen diese mit der Berufstätigkeit in ausreichendem Zusammenhang, wenn sie für die Entscheidung der Rechtsuchenden, ob dieser Rechtsanwalt gegebenenfalls beauftragt werden soll, bei vernünftiger und sachbezogener Betrachtung von Bedeutung sein können (vgl. Feuerich/Braun aaO § 43b Rdn. 8; Henssler/Prütting/Eylmann aaO § 43b Rdn. 21).

Das Einladungsschreiben entspricht diesen Anforderungen. Aus ihm geht hervor, daß die Beklagten als Rechtsanwälte tätig sind und sich mit wettbewerbsrechtlichen Fragen beschäftigen. Die Einladung bietet den angeschriebenen Geschäftsleuten darüber hinaus an, sich durch die Teilnahme an dem Informationsgespräch ein Bild von den Kenntnissen und Fähigkeiten der Beklagten zu machen.

bb) Die Form und der Inhalt der Werbung sind nicht unsachlich.

(1) Die Beurteilung der Form einer Werbung als unsachlich kommt insbesondere in Betracht, wenn ihr Erscheinungsbild derart im Vordergrund steht, daß ihr Inhalt weit dahinter zurückbleibt (vgl. Eylmann, AnwBl 1996, 481, 483). Informationsveranstaltungen von Rechtsanwälten zur eigenen anwaltlichen Tätigkeit oder zu allgemeinen rechtlichen Themen sind dabei im Grundsatz nicht als unsachlich anzusehen (vgl. Henssler/Prütting/Eylmann aaO § 43b Rdn. 50; Kleine-Cosack, Das Werberecht der rechts- und steuerberatenden Berufe, Rdn. 335, 384 f.). Sie entsprechen dem mit § 43b BRAO verfolgten zweifachen Zweck, einerseits dem Rechtsanwalt die Möglichkeit zu verschaffen, sich Mandanten und potentiellen Mandanten darzustellen, und andererseits dem rechtsuchenden Publikum die Gelegenheit zu geben, sich über das Angebot anwaltlicher Leistungen zu informieren (vgl. Begründung des Regierungsentwurfs eines Gesetzes zur Neuordnung des Berufsrechts der Rechtsanwälte und Patentanwälte, BT-Drucks. 12/4993, S. 28). Gegen das Sachlichkeitsgebot verstößt eine Informationsveranstaltung ihrer Form nach allerdings dann, wenn bei ihr weitere Leistungen angeboten werden, die geeignet sind, die angesprochenen Verkehrskreise dazu zu bewegen, an der Veranstaltung nicht wegen der Informationen, sondern vor allem wegen dieser weiteren Lei-

stungen teilzunehmen. Insbesondere das kostenlose Angebot ansonsten entgeltlicher Leistungen kann eine unzulässige Anlockwirkung entfalten.

Die im vorliegenden Fall in der Einladung angekündigte Erteilung von Ratschlägen und Informationen zum Wettbewerbsrecht erfüllt keinen der in der BRAGO oder in einem sonstigen Gesetz geregelten Gebührentatbestände. Da eine rechtliche Beratung im Einzelfall nicht in Aussicht gestellt war, fehlt es an einer Angelegenheit oder einem Auftrag, die die Grundlage für einen entsprechenden anwaltlichen Vergütungsanspruch hätten darstellen können. Die in dem Einladungsschreiben angekündigte Informationsveranstaltung stellt auch keine sonstige rechtsanwaltliche Berufstätigkeit im Sinne des § 2 BRAGO dar, die als solche in sinngemäßer Anwendung der Vorschriften dieses Gesetzes zu vergüten gewesen wäre.

Entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts kann auch nicht angenommen werden, daß das Angebot eines kostenlosen Mittagsimbisses geeignet war, die angeschriebenen Einzelhändler in unzulässiger Weise anzulocken (vgl. Kleine-Cosack aaO Rdn. 379 ff.; Feuerich/Braun aaO § 43b Rdn. 18). Die Auffassung des Berufungsgerichts, die Eingeladenen hätten unter einem Mittagsimbiß im Parkhotel bei verständiger Würdigung ein ordentliches Essen verstehen müssen, ist, wie die Revision mit Recht rügt, rechtsfehlerhaft, weil sie ohne nähere Feststellungen vom allgemeinen Sprachgebrauch abweicht (§ 286 ZPO). Unter einem Imbiß wird erfahrungsgemäß eine kleine Mahlzeit verstanden; es handelt sich mithin lediglich um eine Kleinigkeit, einen Gabelbissen (vgl. auch Duden, Band 8, Sinn- und sachverwandte Wörter, 2. Aufl. 1986). Eine solche kleine Mahlzeit ist nach der Lebenserfahrung nicht geeignet, Geschäftsleute dazu zu veranlassen, samstags an einer fünfstündigen Informationsveranstaltung teilzunehmen. Hinzu kommt, daß das Angebot eines

Mittagsimbisses, wie die Revision zutreffend ausführt, hier sachlich gerechtfertigt war, weil die Informationsveranstaltung von 10.00 Uhr bis 15.00 Uhr dauern und sich damit über die Mittagszeit erstrecken sollte. Für eine Einladung über diesen Zeitraum hinweg ist ein Mittagessen oder ein Imbiß erfahrungsgemäß nicht unüblich. Schon deshalb kann das Angebot einer kleinen Zwischenmahlzeit nicht als Verstoß gegen das Sachlichkeitsgebot angesehen werden.

(2) Während auf den Beruf bezogene Tatsachenbehauptungen, deren Richtigkeit überprüft werden kann, grundsätzlich nicht gegen das auf den Inhalt bezogene Sachlichkeitsgebot verstoßen, sind Werturteile über die eigene Dienstleistung, deren Berechtigung nicht beurteilt werden kann, weil sie weitgehend von subjektiven Einschätzungen abhängen, regelmäßig nicht mit dem Sachlichkeitsgebot vereinbar (vgl. Eylmann, AnwBl 1996, 481, 482; Feuerich/Braun aaO § 43b Rdn. 20; Henssler/Prütting/Eylmann aaO § 43b Rdn. 20). Bei Werturteilen über anwaltliche Leistungen liegt die Gefahr, daß durch nicht überprüfbare Werbeaussagen unrichtige Erwartungen entstehen, besonders nahe, weil die Rechtsuchenden die Leistungen eines Rechtsanwalts in der Regel nur schwer einschätzen können (BVerfGE 76, 196, 208; BGHZ 115, 105, 113 f. - Anwaltswerbung I).

Auf der Grundlage der vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen kann nicht davon ausgegangen werden, daß die Einladung unzulässige Werturteile über die anwaltlichen Leistungen und Fähigkeiten der Beklagten enthält. Auch soweit das Schreiben "fundierte" Ratschläge und Informationen "praxiserfahrener" Rechtsanwälte ankündigt, ist nicht vorgetragen worden oder sonst ersichtlich, daß es sich um Äußerungen handelt, deren Wahrheitsgehalt nicht überprüft werden kann.

c) Die Werbung kann ferner nicht mit der Begründung als unzulässig beurteilt werden, sie sei unter Verstoß gegen § 43b BRAO auf die Erteilung von Aufträgen im Einzelfall gerichtet.

aa) Der Senat hat allerdings in seiner vor der Novellierung des anwaltlichen Werberechts ergangenen Entscheidung "Anwaltswerbung I" ausgesprochen, daß es gegen das - seinerzeit aus § 43 BRAO hergeleitete - Verbot der gezielten Werbung um Praxis verstoße, wenn Rechtsanwälte Personen, zu denen kein mandantschaftliches Verhältnis bestehe oder bestanden habe, zu einem Essen in ein Hotel einladen und bei diesem Anlaß dann durch ein berufsbezogenes Referat auf ihre Leistungsfähigkeit hinweisen (BGHZ 115, 105, 110 ff.). Diese Entscheidung ist insoweit jedoch durch die Neuregelung des anwaltlichen Werberechts in § 43b BRAO überholt (vgl. auch Hartung/Holl/Römermann aaO § 6 Rdn. 94 und 102). Das dort enthaltene Verbot einer auf Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichteten Werbung ist nicht mit dem früher aus § 43 BRAO abgeleiteten Verbot der gezielten Werbung um Praxis durch unaufgefordertes Herantreten an potentielle Mandanten gleichzusetzen (Feuerich/Braun aaO § 43b Rdn. 25). Die Bestimmung des § 43b BRAO verbietet grundsätzlich nur die Werbung um einzelne Mandate (vgl. BT-Drucks. 12/4993, S. 28), d.h. unmittelbar auf die Erteilung eines Auftrags in einem konkreten Einzelfall gerichtete Maßnahmen. Demgegenüber ist die Werbung um einzelne Mandanten, die darauf gerichtet ist, die Umworbenen dafür zu gewinnen, die Leistungen des Werbenden in Anspruch zu nehmen, nach dieser Vorschrift grundsätzlich erlaubt (vgl. BGH, Urt. v. 15.12.1997 - StbSt (R) 5/97, NJW 1998, 1965, 1966 zum gleichlautenden § 57a StBerG; OLG Stuttgart NJW 1997, 2529, 2530 f.; Feuerich/Braun aaO § 43b Rdn. 25 und § 6 BO Rdn. 17; Hartung/Holl/Römermann aaO § 6 Rdn. 96; Henssler/Prütting/Eylmann aaO § 43b

Rdn. 44 f.; Kleine-Cosack aaO Rdn. 200; Busse, NJW 1999, 3017, 3020 f.). Dementsprechend stellt das Verhalten der Beklagten, da es nach den rechtsfehlerfrei getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts nicht unmittelbar auf die Erteilung konkreter Aufträge im Einzelfall gerichtet war, keinen Verstoß gegen das in § 43b BRAO geregelte Werbeverbot der Rechtsanwälte dar.

Dem steht nicht entgegen, daß eine für sich genommen an sich zulässige Werbung um mögliche Auftraggeber sich als unzulässige Werbung um einzelne Aufträge darstellen kann, wenn der Umworbene in einem konkreten Einzelfall der Beratung oder der 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 und sich möglicherweise nicht frei für einen Anwalt entscheiden kann (vgl. Feuerich/
Braun aaO § 43b Rdn. 29; Hartung/Holl/Römermann aaO § 6 Rdn. 88; Henssler/Prütting/Eylmann aaO § 43b Rdn. 11 und 47; Kleine-Cosack aaO Rdn. 212). Im vorliegenden Fall spricht jedoch nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen nichts dafür, daß die oder jedenfalls einzelne der angeschriebenen Einzelhändler eine Beratung oder Vertretung in einer bestimmten wettbewerbsrechtlichen Angelegenheit benötigten und die Beklagten sie aus diesem Grund zu dem geplanten Informationsgespräch eingeladen haben. Daß die Beklagten sich mit ihrer Werbung an Personen gewandt haben, bei denen sie ein generelles Interesse an ihren Leistungen erwarten durften und die sie deshalb als Auftraggeber zu gewinnen hofften, ist demgegenüber rechtlich nicht zu beanstanden.

bb) Unbedenklich ist schließlich, daß die Werbung der Beklagten an Personen gerichtet war, die bislang nicht zu deren Mandanten gehört hatten. Der Wortlaut des Gesetzes schränkt den Kreis der möglichen Adressaten anwaltlicher Werbung nicht ein. Die Begründung des Gesetzentwurfs weist im Gegenteil sogar ausdrücklich darauf hin, daß Rechtsanwälte auch die Möglichkeit haben müssen, sich potentiellen Mandanten darstellen zu können (BT-Drucks. 12/
4993, S. 28). Eine Anwaltswerbung ist demnach nicht deshalb unzulässig, weil sie sich an Personen richtet, zu denen kein mandantschaftliches Verhältnis besteht oder bestanden hat (vgl. Henssler/Prütting/Eylmann aaO § 43b Rdn. 50; Kleine-Cosack aaO Rdn. 209).

III. Danach waren das angefochtene Urteil auf die Revision der Beklagten aufzuheben und die Berufung der Kläger gegen das Urteil des Landgerichts zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1, § 97 Abs. 1 ZPO.

Erdmann Starck Bornkamm

Büscher Schaffert