



*145*

# Landgericht Berlin

Im Namen des Volkes

Geschäftsnummer: 15.O.391/00

Verkündet am : 24. April 2001

Zymia  
Justizamtsinspektor

In dem Rechtsstreit

*Stamm*

*[Signature]*

46

hat die Zivilkammer 15 des Landgerichts Berlin, Tegeler Weg 17-21 in 10589 Berlin (Charlottenburg), durch den Richter am Landgericht Schaber, die Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und den Richter am Landgericht Dittrich auf die mündliche Verhandlung vom 24. April 2001 für Recht erkannt:

1. Das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 wird aufrechterhalten.
2. Die Kläger tragen auch die weiteren Kosten des Rechtsstreits.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Kläger dürfen die Vollstreckung - auch aus dem Versäumnisurteil - gegen Sicherheitsleistung in Höhe des festgesetzten Kostenbetrages abwenden, wenn nicht der Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

### **Tatbestand**

Die Parteien sind Rechtsanwälte. Der Sitz der Kanzlei der Kläger befindet sich in Berlin, derjenige des Beklagten in Grünwald.

Der Beklagte bezeichnete seine Kanzlei auf seiner Homepage im Internet u.a. als „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“. Wegen der Einzelheiten wird auf die Auszüge aus der Homepage verwiesen ( K 1, Bl. 5-17 d.A.).

Mit Schreiben vom 16. Juni 2000 (K 2, Bl. 18 f. d.A.) mahnten die Kläger den Beklagten wegen der streitgegenständlichen Aussage auf seiner Homepage ab.

Der Beklagte wandte sich mit Schreiben vom 22. Juni 2000 (K 3, Bl. 20-26 d.A.) gegen die Abmahnung, lehnte die Abgabe der geforderten Unterlassungsverpflichtungserklärung ab und mahnte die Kläger seinerseits wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens ab.

Die Kläger sind der Ansicht, die beanstandete Werbeaussage des Beklagten sei als Alleinstellungswerbung unzulässig. Jedenfalls liege eine unzulässige Qualitätswerbung vor. Sie verstoße gegen das Sachlichkeitsgebot, beinhalte eine deutliche reklamehafte Selbstanpreisung und diene allein Werbezwecken.

Sie meinen, zwischen den Parteien bestehe ein Wettbewerbsverhältnis, da der Beklagte für sein Spezialgebiet bundesweit werbe und auf bundesweite Rückmeldungen abstelle. Es würden ein Kontaktaufnahme-Formular und eine Vollmacht angeboten. Sie behaupten, auch sie selbst seien auf den Gebiet des Anlegerschutzes tätig. Der Anlegerschutz gehöre zu den üblichen Tätigkeitsgebieten eines Rechtsanwalts.

Auf Antrag des Beklagten ist am 14. November 2000 ein Versäumnisurteil erlassen worden, mit dem die Klage abgewiesen worden ist. Gegen dieses Versäumnisurteil, das den Klägern am 22. November 2000 zugestellt worden ist, haben sie mit einem am 06. Dezember 2000 bei Gericht eingegangenen Anwaltsschriftsatz Einspruch eingelegt und diesen begründet.

Die Kläger beantragen nunmehr,

das Versäumnisurteil aufzuheben und den Beklagten zu verurteilen, es bei Vermeidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken für rechtsanwaltschaftliche Tätigkeit wie folgt zu werben:

„Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“.

Der Beklagte beantragt,

das Versäumnisurteil aufrechtzuerhalten.

Er rügt die örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Berlin.

Ferner vertritt er die Ansicht, das Vorgehen der Kläger sei rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 13 Abs. 5 UWG, da die Kläger offensichtlich primär aufgrund von Gewinnerzielungsabsicht handelten. Dies verdeutliche die Tatsache, dass die Kläger eine Vielzahl von Abmahnungen im gesamten Bundesgebiet betrieben hätten, die erkennbar aus Textbausteinen zusammengestellt seien.

Myc

Auffällig sei dabei, dass sich die Kläger niemals gegen Großkanzleien wendeten.

### Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.

1. Aufgrund des Einspruchs der Kläger gegen das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 ist der Prozess in die Lage vor dessen Säumnis zurückversetzt worden, § 342 ZPO. Der Einspruch ist nämlich zulässig. Er ist statthaft sowie form- und fristgemäß im Sinne der §§ 338 ff. ZPO eingelegt worden.
2. Das Landgericht Berlin ist örtlich zuständig gemäß § 32 ZPO. Ein Wettbewerbsverhältnis besteht zwischen Anwälten im gesamten Bundesgebiet schon deshalb, weil sie seit der Neufassung des § 78 ZPO nunmehr auch in Zivilprozessen bundesweit von den Landgerichten auftreten dürfen (Beschluss des Kammergerichts vom 6. Juni 2000, 5 W 4159/00). Hinzu kommt, dass insbesondere Geldanlagen nicht ortsgebunden gekauft werden. Vielmehr ist es beispielsweise für die Anlageform „Immobilie“ geradezu typisch, dass die Anleger auch in Objekte investieren, die sich nicht an ihrem Wohnort befinden, sondern an Orten, die sie u. U. noch nie besucht haben und auch nicht besuchen werden. Der Beklagte ist aber, ebenso wie die Kläger auf dem Gebiet des Anlagerschutzes tätig. Die Kläger haben schlüssig dargelegt, dass sie private Anleger vertreten. Die Parteien sind unmittelbare Wettbewerber.
3. Für einen Missbrauch der Klagebefugnis im Sinne von § 13 Abs. 5 UWG hat der Beklagte nichts Hinreichendes dargelegt. Insbesondere ergibt sich ein solcher nicht bereits aus dem Hinweis auf fehlende Angriffe der Kläger gegen Großkanzleien. Missbrauch liegt nach § 13 Abs. 5

UWG nicht schon deshalb vor, weil mit der Verfolgung unlauteren Wettbewerbs auch bezweckt wird, „Einnahmen“ durch Erstattung von Abmahnungskosten und durch Vertragsstrafen zu erzielen. Auf sie besteht ein rechtmäßiger Anspruch. Erst wenn die Erzielung von Einnahmen der beherrschende Zweck der Rechtsverfolgung ist, die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs nur als Vorwand für eine gewinnbringende Abmahn- und Prozesstätigkeit dient, liegt eine missbräuchliche Geltendmachung vor, die dem Zwecke der Klagebefugnis, den unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen, zuwiderläuft (vgl. BGH GRUR 1990, 282, 284 „Wettbewerbsverein IV“).

4. Die von den Klägern beanstandete Werbeaussage des Beklagten verstößt weder gegen § 3 UWG noch gegen § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

a. Eine irreführende Alleinstellungswerbung, die nach § 3 UWG unzulässig wäre, liegt nicht vor. Der bestimmte Artikel ist ein so häufiges Werbemittel, dass schon besondere Umstände vorliegen müssen, um eine Alleinstellung anzunehmen (vgl. Baumbach/Hefermehl, § 3 Rn. 72). Ob es genügt, dass der Artikel im Druck hervorgehoben wird oder der Akzent auf ihm liegt, lässt sich nur nach Lage des Falles beurteilen. Es kommt auf das beworbene Produkt an. Der Eindruck einer Alleinstellung kann durch den bestimmten Artikel in Verbindung mit einem Eigenschaftswort empfehlenden Charakters hervorgerufen werden, wenn der Verkehr die Anpreisung ernst nimmt (vgl. Baumbach/Hefermehl, a. a. O.).

Der bestimmte Artikel ist hier weder besonders akzentuiert noch im Druck hervorgehoben. Ein empfehlendes Eigenschaftswort ist ihm ebenso wenig beigefügt worden. Aus dem Kontext, in dem die beanstandete Aussage steht, ergibt sich auch keine Alleinstellung. Vielmehr macht der Beklagte dort deutlich, dass er, um seine Aufgabe optimal erfüllen zu können, ausschließlich private Anleger und Investoren vertritt. Die Aussage wird von dem verständigen Verbraucher beziehungsweise potentiellen Mandanten dementsprechend im Sinne einer Spezialisierung des Beklagten verstanden werden. Derart zu werben ist aber nicht unzulässig.

b. Durch die seitens der Kläger beanstandete Werbung im Internet verstößt der Beklagte nicht gegen das Sachlichkeitsgebot des § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

§ 43 b BRAO normiert, dass Rechtsanwälte über ihre berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichten dürfen. Welche Zulässigkeitskriterien diesbezüglich anzuwenden sind, legt § 43 b BRAO nicht abschließend fest.

Solange der Rechtsanwalt sich in den durch schützenswerte Gemeinwohlbelange gezogenen Grenzen hält, hat er es im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts in der Hand, in welcher Weise er sich für die interessierte Öffentlichkeit darstellt. Seine berufliche Außendarstellung einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme seiner Dienste ist verfassungsrechtlich durch die Freiheit der Berufsausübung grundsätzlich gewährleistet. Bei der beruflichen Außendarstellung ist zwischen werbewirksamen Verhalten und gezielter Werbung in engeren Sinne zu unterscheiden (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510 m.w.N.).

Das für Rechtsanwälte geltende Verbot gezielter Werbung soll das Vertrauen der Rechtssuchenden stärken, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Neben irreführender Werbung sind insbesondere aufdringliche Werbemethoden verboten, die Ausdruck eines rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientierten Verhaltens sind (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

Die Unterscheidungskriterien dafür, ob die berufliche Außendarstellung noch ein übliches und angemessenes werbewirksames Verhalten oder schon eine übertriebene und unsachliche gezielte Werbung ist, unterliegen zeitbedingten Veränderungen. Dem Wandel ist Rechnung zu tragen, weil sich hierdurch Wahrnehmungsfähigkeit und Wahrnehmungsbereitschaft der Gesellschaft ändern (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

14

Die passive Darbietungsplattform und die zurückhaltende Aufmachung im Vergleich zu den anderen Angeboten auf der Homepage, lassen keine Unsachlichkeit feststellen. Das Medium für die berufliche Außendarstellung, eine Homepage im Internet, ist für sich betrachtet eine passive Darstellungsplattform. Im Gegensatz zu Brief-, Wurfzettel- und eMail-Versand hat ein Darstellungsempfänger eine Aktivität zu entfalten, um mit den bereitgestellten Angaben konfrontiert zu werden. Der Informationsgehalt ist klar erkennbar. Die äußere Form der beanstandeten Werbung ist im Vergleich zu den anderen Werbebannern auf der Homepage nicht aufdringlich gestaltet, also nicht unsachlich.

Inhaltlich hat der Beklagte durch sein Internetangebot in doppelter Weise auf sich aufmerksam gemacht: auf die Existenz seiner Kanzlei und darauf, dass diese sich „zum Schutz des Privatvermögens“ ausweist. Der Informationsgehalt bezüglich der Existenz seiner Kanzlei ist unter gebührender Zurückhaltung hinsichtlich des gewählten Mediums und den anderen Angeboten auf der Homepage klar erkennbar und damit nicht unsachlich.

In welcher Weise sich der Rechtsanwalt für die interessierte Öffentlichkeit im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts unter Beachtung der schützenswerten Gemeinwohlbelange darstellt, ist auch dem Inhalt nach am Sachlichkeitsgebot zu messen. Der Rechtsanwalt darf nicht in einer Weise werben, die inhaltlich über die rein sachbezogene Weitergabe von Informationen hinausgeht. Eine Anzeige, die den Interessen des Adressatenkreises, eine sachliche Information zu finden, gerecht wird, inhaltlich unaufdringlich gestaltet ist und keinen Irrtum erregt, ist dem Rechtsanwalt erlaubt. Jede Aussage, welche sich nicht auf die Angabe der Tätigkeitsschwerpunkte beschränkt, sondern eine Selbsteinschätzung enthält oder durch zusätzliche Mittel die Adressaten zu beeinflussen sucht, enthält Merkmale reklamehafter Anpreisung, die mit dem gesetzlichen Berufsbild des Rechtsanwalts als Organ der Rechtspflege vereinbar sein müssen. Diesen Anforderungen genügen solche Selbstdarstellungen, die Informationen enthalten, welche für

sich genommen weder irreführend sind noch ein sensationelles und reklamehaftes Sich-Herausstellen zum Gegenstand haben. Beispielsweise sind Imagebeeinflussungen durch Sponsoring davon erfasst, weil dadurch um Sympathie, Vertrauen und Akzeptanz geworben wird (vgl. BVerf NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510, 2511 m.w.N.).

Die Außendarstellung des Beklagten entspricht den Anforderungen eines sachlichen Werbeverhaltens. Das Vertrauen der Rechtssuchenden wird durch die streitgegenständliche Werbeaussage nicht dahingehend gestärkt, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Die Wortwahl ist nicht derart aufdringlich gefasst, dass dem Beklagten ein rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientiertes Verhalten zuzusprechen ist.

c) Schließlich ist in der Aussage „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“ auch keine irreführende (§ 3 UWG) und reklamehafte Werbung zu erblicken, denn der Beklagte wirbt nicht in sensationellen und reklamehaften Sich-Herausstellen um Vertrauen und Akzeptanz für den selbst eingeschränkten Rechtsbereich bezüglich des Privatvermögens. Die Werbeaussage ist auch objektiv richtig, da der Beklagte sich fast ausschließlich dem Rechtsschutz hinsichtlich des Privatvermögens widmet. Die umgangssprachliche Beschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes enthält keine dahingehende Selbsteinschätzung, dass auch spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten über denen eines anderen Rechtsanwaltes mit der genauen Angabe des Tätigkeitsschwerpunktes angeboten werden.

Auch die Verwendung des bestimmten Artikels „Die (Kanzlei) ...“ ist in diesem Zusammenhang eher als Vervollständigung des Werbesatzes zu verstehen, als eine Herausstellung einer Alleinstellung des Beklagten auf dem eingeschränkten Rechtsgebiet. Bei dieser Formulierung liegt der Wiedererkennungswert eher beim Schlussteil „...zum Schutz des Privatvermögens“. Diese der juristischen Laiensprache entsprechende Umschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes, nimmt dem vorangestellten bestimmten Artikel die etwaig unter anderen Umständen fachmännisch und

14

herausstellend zu sehende Charaktereigenschaft. Anders würde die Angabe zu verstehen sein, wenn den anerkannten und gewöhnlichen Tätigkeitsschwerpunkten ein bestimmter Artikel vorangestellt wäre, wie „Die Kanzlei für Kapitalrecht“. Hier würde sich die Aufmerksamkeit ebenfalls auf den ungewöhnlichen Teilsatz richten, der dann aber „Die Kanzlei ...“ wäre.

Das klageabweisende Versäumnisurteil war mithin zu Recht ergangen und aufrechtzuerhalten.

5. Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf den §§ 91 Abs. 1 Satz 1, 709 S.1 und 2 ZPO.

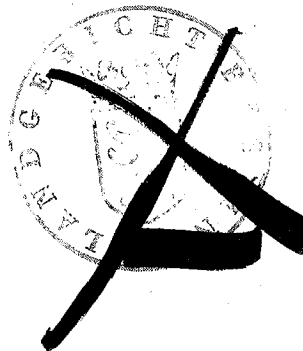
Schaber

Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und Richter am Landgericht Dittrich sind verweist.

Schaber

Beglaubigt

~~\_\_\_\_\_~~  
~~\_\_\_\_\_~~





# Landgericht Berlin

Im Namen des Volkes

Geschäftsnummer: 15.O.391/00

Verkündet am : 24. April 2001

Zymia  
Justizamtsinspektor

In dem Rechtsstreit

*Handwritten signature*

*Handwritten mark*

46

hat die Zivilkammer 15 des Landgerichts Berlin, Tegeler Weg 17-21 in 10589 Berlin (Charlottenburg), durch den Richter am Landgericht Schaber, die Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und den Richter am Landgericht Dittrich auf die mündliche Verhandlung vom 24. April 2001 für Recht erkannt:

1. Das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 wird aufrechterhalten.
2. Die Kläger tragen auch die weiteren Kosten des Rechtsstreits.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Kläger dürfen die Vollstreckung - auch aus dem Versäumnisurteil - gegen Sicherheitsleistung in Höhe des festgesetzten Kostenbetrages abwenden, wenn nicht der Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

### **Tatbestand**

Die Parteien sind Rechtsanwälte. Der Sitz der Kanzlei der Kläger befindet sich in Berlin, derjenige des Beklagten in Grünwald.

Der Beklagte bezeichnete seine Kanzlei auf seiner Homepage im Internet u.a. als „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“. Wegen der Einzelheiten wird auf die Auszüge aus der Homepage verwiesen ( K 1, Bl. 5-17 d.A.).

Mit Schreiben vom 16. Juni 2000 (K 2, Bl. 18 f. d.A.) mahnten die Kläger den Beklagten wegen der streitgegenständlichen Aussage auf seiner Homepage ab.

Der Beklagte wandte sich mit Schreiben vom 22. Juni 2000 (K 3, Bl. 20-26 d.A.) gegen die Abmahnung, lehnte die Abgabe der geforderten Unterlassungsverpflichtungserklärung ab und mahnte die Kläger seinerseits wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens ab.

Die Kläger sind der Ansicht, die beanstandete Werbeaussage des Beklagten sei als Alleinstellungswerbung unzulässig. Jedenfalls liege eine unzulässige Qualitätswerbung vor. Sie verstoße gegen das Sachlichkeitsgebot, beinhalte eine deutliche reklamehafte Selbstanpreisung und diene allein Werbezwecken.

Sie meinen, zwischen den Parteien bestehe ein Wettbewerbsverhältnis, da der Beklagte für sein Spezialgebiet bundesweit werbe und auf bundesweite Rückmeldungen abstelle. Es würden ein Kontaktaufnahme-Formular und eine Vollmacht angeboten. Sie behaupten, auch sie selbst seien auf den Gebiet des Anlegerschutzes tätig. Der Anlegerschutz gehöre zu den üblichen Tätigkeitsgebieten eines Rechtsanwalts.

Auf Antrag des Beklagten ist am 14. November 2000 ein Versäumnisurteil erlassen worden, mit dem die Klage abgewiesen worden ist. Gegen dieses Versäumnisurteil, das den Klägern am 22. November 2000 zugestellt worden ist, haben sie mit einem am 06. Dezember 2000 bei Gericht eingegangenen Anwaltsschriftsatz Einspruch eingelegt und diesen begründet.

Die Kläger beantragen nunmehr,

das Versäumnisurteil aufzuheben und den Beklagten zu verurteilen, es bei Vermeidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken für rechtsanwaltschaftliche Tätigkeit wie folgt zu werben:

„Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“.

Der Beklagte beantragt,

das Versäumnisurteil aufrechtzuerhalten.

Er rügt die örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Berlin.

Ferner vertritt er die Ansicht, das Vorgehen der Kläger sei rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 13 Abs. 5 UWG, da die Kläger offensichtlich primär aufgrund von Gewinnerzielungsabsicht handelten. Dies verdeutliche die Tatsache, dass die Kläger eine Vielzahl von Abmahnungen im gesamten Bundesgebiet betrieben hätten, die erkennbar aus Textbausteinen zusammengestellt seien.

Myc

Auffällig sei dabei, dass sich die Kläger niemals gegen Großkanzleien wendeten.

### Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.

1. Aufgrund des Einspruchs der Kläger gegen das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 ist der Prozess in die Lage vor dessen Säumnis zurückversetzt worden, § 342 ZPO. Der Einspruch ist nämlich zulässig. Er ist statthaft sowie form- und fristgemäß im Sinne der §§ 338 ff. ZPO eingelegt worden.
2. Das Landgericht Berlin ist örtlich zuständig gemäß § 32 ZPO. Ein Wettbewerbsverhältnis besteht zwischen Anwälten im gesamten Bundesgebiet schon deshalb, weil sie seit der Neufassung des § 78 ZPO nunmehr auch in Zivilprozessen bundesweit von den Landgerichten auftreten dürfen (Beschluss des Kammergerichts vom 6. Juni 2000, 5 W 4159/00). Hinzu kommt, dass insbesondere Geldanlagen nicht ortsgebunden gekauft werden. Vielmehr ist es beispielsweise für die Anlageform „Immobilie“ geradezu typisch, dass die Anleger auch in Objekte investieren, die sich nicht an ihrem Wohnort befinden, sondern an Orten, die sie u. U. noch nie besucht haben und auch nicht besuchen werden. Der Beklagte ist aber, ebenso wie die Kläger auf dem Gebiet des Anlagerschutzes tätig. Die Kläger haben schlüssig dargelegt, dass sie private Anleger vertreten. Die Parteien sind unmittelbare Wettbewerber.
3. Für einen Missbrauch der Klagebefugnis im Sinne von § 13 Abs. 5 UWG hat der Beklagte nichts Hinreichendes dargelegt. Insbesondere ergibt sich ein solcher nicht bereits aus dem Hinweis auf fehlende Angriffe der Kläger gegen Großkanzleien. Missbrauch liegt nach § 13 Abs. 5

UWG nicht schon deshalb vor, weil mit der Verfolgung unlauteren Wettbewerbs auch bezweckt wird, „Einnahmen“ durch Erstattung von Abmahnungskosten und durch Vertragsstrafen zu erzielen. Auf sie besteht ein rechtmäßiger Anspruch. Erst wenn die Erzielung von Einnahmen der beherrschende Zweck der Rechtsverfolgung ist, die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs nur als Vorwand für eine gewinnbringende Abmahn- und Prozesstätigkeit dient, liegt eine missbräuchliche Geltendmachung vor, die dem Zwecke der Klagebefugnis, den unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen, zuwiderläuft (vgl. BGH GRUR 1990, 282, 284 „Wettbewerbsverein IV“).

4. Die von den Klägern beanstandete Werbeaussage des Beklagten verstößt weder gegen § 3 UWG noch gegen § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

a. Eine irreführende Alleinstellungswerbung, die nach § 3 UWG unzulässig wäre, liegt nicht vor. Der bestimmte Artikel ist ein so häufiges Werbemittel, dass schon besondere Umstände vorliegen müssen, um eine Alleinstellung anzunehmen (vgl. Baumbach/Hefermehl, § 3 Rn. 72). Ob es genügt, dass der Artikel im Druck hervorgehoben wird oder der Akzent auf ihm liegt, lässt sich nur nach Lage des Falles beurteilen. Es kommt auf das beworbene Produkt an. Der Eindruck einer Alleinstellung kann durch den bestimmten Artikel in Verbindung mit einem Eigenschaftswort empfehlenden Charakters hervorgerufen werden, wenn der Verkehr die Anpreisung ernst nimmt (vgl. Baumbach/Hefermehl, a. a. O.).

Der bestimmte Artikel ist hier weder besonders akzentuiert noch im Druck hervorgehoben. Ein empfehlendes Eigenschaftswort ist ihm ebenso wenig beigefügt worden. Aus dem Kontext, in dem die beanstandete Aussage steht, ergibt sich auch keine Alleinstellung. Vielmehr macht der Beklagte dort deutlich, dass er, um seine Aufgabe optimal erfüllen zu können, ausschließlich private Anleger und Investoren vertritt. Die Aussage wird von dem verständigen Verbraucher beziehungsweise potentiellen Mandanten dementsprechend im Sinne einer Spezialisierung des Beklagten verstanden werden. Derart zu werben ist aber nicht unzulässig.

b. Durch die seitens der Kläger beanstandete Werbung im Internet verstößt der Beklagte nicht gegen das Sachlichkeitsgebot des § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

§ 43 b BRAO normiert, dass Rechtsanwälte über ihre berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichten dürfen. Welche Zulässigkeitskriterien diesbezüglich anzuwenden sind, legt § 43 b BRAO nicht abschließend fest.

Solange der Rechtsanwalt sich in den durch schützenswerte Gemeinwohlbelange gezogenen Grenzen hält, hat er es im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts in der Hand, in welcher Weise er sich für die interessierte Öffentlichkeit darstellt. Seine berufliche Außendarstellung einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme seiner Dienste ist verfassungsrechtlich durch die Freiheit der Berufsausübung grundsätzlich gewährleistet. Bei der beruflichen Außendarstellung ist zwischen werbewirksamen Verhalten und gezielter Werbung in engeren Sinne zu unterscheiden (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510 m.w.N.).

Das für Rechtsanwälte geltende Verbot gezielter Werbung soll das Vertrauen der Rechtssuchenden stärken, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Neben irreführender Werbung sind insbesondere aufdringliche Werbemethoden verboten, die Ausdruck eines rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientierten Verhaltens sind (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

Die Unterscheidungskriterien dafür, ob die berufliche Außendarstellung noch ein übliches und angemessenes werbewirksames Verhalten oder schon eine übertriebene und unsachliche gezielte Werbung ist, unterliegen zeitbedingten Veränderungen. Dem Wandel ist Rechnung zu tragen, weil sich hierdurch Wahrnehmungsfähigkeit und Wahrnehmungsbereitschaft der Gesellschaft ändern (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

14

Die passive Darbietungsplattform und die zurückhaltende Aufmachung im Vergleich zu den anderen Angeboten auf der Homepage, lassen keine Unsachlichkeit feststellen. Das Medium für die berufliche Außendarstellung, eine Homepage im Internet, ist für sich betrachtet eine passive Darstellungsplattform. Im Gegensatz zu Brief-, Wurfzettel- und eMail-Versand hat ein Darstellungsempfänger eine Aktivität zu entfalten, um mit den bereitgestellten Angaben konfrontiert zu werden. Der Informationsgehalt ist klar erkennbar. Die äußere Form der beanstandeten Werbung ist im Vergleich zu den anderen Werbebannern auf der Homepage nicht aufdringlich gestaltet, also nicht unsachlich.

Inhaltlich hat der Beklagte durch sein Internetangebot in doppelter Weise auf sich aufmerksam gemacht: auf die Existenz seiner Kanzlei und darauf, dass diese sich „zum Schutz des Privatvermögens“ ausweist. Der Informationsgehalt bezüglich der Existenz seiner Kanzlei ist unter gebührender Zurückhaltung hinsichtlich des gewählten Mediums und den anderen Angeboten auf der Homepage klar erkennbar und damit nicht unsachlich.

In welcher Weise sich der Rechtsanwalt für die interessierte Öffentlichkeit im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts unter Beachtung der schützenswerten Gemeinwohlbelange darstellt, ist auch dem Inhalt nach am Sachlichkeitsgebot zu messen. Der Rechtsanwalt darf nicht in einer Weise werben, die inhaltlich über die rein sachbezogene Weitergabe von Informationen hinausgeht. Eine Anzeige, die den Interessen des Adressatenkreises, eine sachliche Information zu finden, gerecht wird, inhaltlich unaufdringlich gestaltet ist und keinen Irrtum erregt, ist dem Rechtsanwalt erlaubt. Jede Aussage, welche sich nicht auf die Angabe der Tätigkeitsschwerpunkte beschränkt, sondern eine Selbsteinschätzung enthält oder durch zusätzliche Mittel die Adressaten zu beeinflussen sucht, enthält Merkmale reklamehafter Anpreisung, die mit dem gesetzlichen Berufsbild des Rechtsanwalts als Organ der Rechtspflege vereinbar sein müssen. Diesen Anforderungen genügen solche Selbstdarstellungen, die Informationen enthalten, welche für

sich genommen weder irreführend sind noch ein sensationelles und reklamehaftes Sich-Herausstellen zum Gegenstand haben. Beispielsweise sind Imagebeeinflussungen durch Sponsoring davon erfasst, weil dadurch um Sympathie, Vertrauen und Akzeptanz geworben wird (vgl. BVerf NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510, 2511 m.w.N.).

Die Außendarstellung des Beklagten entspricht den Anforderungen eines sachlichen Werbeverhaltens. Das Vertrauen der Rechtssuchenden wird durch die streitgegenständliche Werbeaussage nicht dahingehend gestärkt, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Die Wortwahl ist nicht derart aufdringlich gefasst, dass dem Beklagten ein rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientiertes Verhalten zuzusprechen ist.

c) Schließlich ist in der Aussage „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“ auch keine irreführende (§ 3 UWG) und reklamehafte Werbung zu erblicken, denn der Beklagte wirbt nicht in sensationellen und reklamehaften Sich-Herausstellen um Vertrauen und Akzeptanz für den selbst eingeschränkten Rechtsbereich bezüglich des Privatvermögens. Die Werbeaussage ist auch objektiv richtig, da der Beklagte sich fast ausschließlich dem Rechtsschutz hinsichtlich des Privatvermögens widmet. Die umgangssprachliche Beschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes enthält keine dahingehende Selbsteinschätzung, dass auch spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten über denen eines anderen Rechtsanwaltes mit der genauen Angabe des Tätigkeitsschwerpunktes angeboten werden.

Auch die Verwendung des bestimmten Artikels „Die (Kanzlei) ...“ ist in diesem Zusammenhang eher als Vervollständigung des Werbesatzes zu verstehen, als eine Herausstellung einer Alleinstellung des Beklagten auf dem eingeschränkten Rechtsgebiet. Bei dieser Formulierung liegt der Wiedererkennungswert eher beim Schlussteil „...zum Schutz des Privatvermögens“. Diese der juristischen Laiensprache entsprechende Umschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes, nimmt dem vorangestellten bestimmten Artikel die etwaig unter anderen Umständen fachmännisch und

14

herausstellend zu sehende Charaktereigenschaft. Anders würde die Angabe zu verstehen sein, wenn den anerkannten und gewöhnlichen Tätigkeitsschwerpunkten ein bestimmter Artikel vorangestellt wäre, wie „Die Kanzlei für Kapitalrecht“. Hier würde sich die Aufmerksamkeit ebenfalls auf den ungewöhnlichen Teilsatz richten, der dann aber „Die Kanzlei ...“ wäre.

Das klageabweisende Versäumnisurteil war mithin zu Recht ergangen und aufrechtzuerhalten.

5. Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf den §§ 91 Abs. 1 Satz 1, 709 S.1 und 2 ZPO.

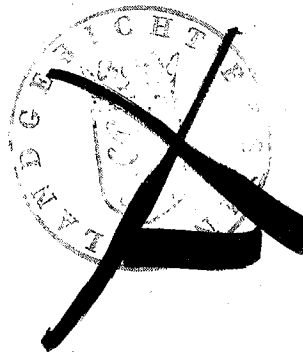
Schaber

Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und Richter am Landgericht Dittrich sind verweist.

Schaber

Beglaubigt

~~\_\_\_\_\_~~  
~~\_\_\_\_\_~~





# Landgericht Berlin

Im Namen des Volkes

Geschäftsnummer: 15.O.391/00

Verkündet am : 24. April 2001

Zyma  
Justizamtsinspektor

In dem Rechtsstreit

*Handwritten signature*

*Handwritten mark*

46

hat die Zivilkammer 15 des Landgerichts Berlin, Tegeler Weg 17-21 in 10589 Berlin (Charlottenburg), durch den Richter am Landgericht Schaber, die Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und den Richter am Landgericht Dittrich auf die mündliche Verhandlung vom 24. April 2001 für Recht erkannt:

1. Das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 wird aufrechterhalten.
2. Die Kläger tragen auch die weiteren Kosten des Rechtsstreits.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Kläger dürfen die Vollstreckung - auch aus dem Versäumnisurteil - gegen Sicherheitsleistung in Höhe des festgesetzten Kostenbetrages abwenden, wenn nicht der Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

### **Tatbestand**

Die Parteien sind Rechtsanwälte. Der Sitz der Kanzlei der Kläger befindet sich in Berlin, derjenige des Beklagten in Grünwald.

Der Beklagte bezeichnete seine Kanzlei auf seiner Homepage im Internet u.a. als „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“. Wegen der Einzelheiten wird auf die Auszüge aus der Homepage verwiesen ( K 1, Bl. 5-17 d.A.).

Mit Schreiben vom 16. Juni 2000 (K 2, Bl. 18 f. d.A.) mahnten die Kläger den Beklagten wegen der streitgegenständlichen Aussage auf seiner Homepage ab.

Der Beklagte wandte sich mit Schreiben vom 22. Juni 2000 (K 3, Bl. 20-26 d.A.) gegen die Abmahnung, lehnte die Abgabe der geforderten Unterlassungsverpflichtungserklärung ab und mahnte die Kläger seinerseits wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens ab.

Die Kläger sind der Ansicht, die beanstandete Werbeaussage des Beklagten sei als Alleinstellungswerbung unzulässig. Jedenfalls liege eine unzulässige Qualitätswerbung vor. Sie verstoße gegen das Sachlichkeitsgebot, beinhalte eine deutliche reklamehafte Selbstanpreisung und diene allein Werbezwecken.

Sie meinen, zwischen den Parteien bestehe ein Wettbewerbsverhältnis, da der Beklagte für sein Spezialgebiet bundesweit werbe und auf bundesweite Rückmeldungen abstelle. Es würden ein Kontaktaufnahme-Formular und eine Vollmacht angeboten. Sie behaupten, auch sie selbst seien auf dem Gebiet des Anlegerschutzes tätig. Der Anlegerschutz gehöre zu den üblichen Tätigkeitsgebieten eines Rechtsanwalts.

Auf Antrag des Beklagten ist am 14. November 2000 ein Versäumnisurteil erlassen worden, mit dem die Klage abgewiesen worden ist. Gegen dieses Versäumnisurteil, das den Klägern am 22. November 2000 zugestellt worden ist, haben sie mit einem am 06. Dezember 2000 bei Gericht eingegangenen Anwaltsschriftsatz Einspruch eingelegt und diesen begründet.

Die Kläger beantragen nunmehr,

das Versäumnisurteil aufzuheben und den Beklagten zu verurteilen, es bei Vermeidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken für rechtsanwaltschaftliche Tätigkeit wie folgt zu werben:

„Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“.

Der Beklagte beantragt,

das Versäumnisurteil aufrechtzuerhalten.

Er rügt die örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Berlin.

Ferner vertritt er die Ansicht, das Vorgehen der Kläger sei rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 13 Abs. 5 UWG, da die Kläger offensichtlich primär aufgrund von Gewinnerzielungsabsicht handelten. Dies verdeutliche die Tatsache, dass die Kläger eine Vielzahl von Abmahnungen im gesamten Bundesgebiet betrieben hätten, die erkennbar aus Textbausteinen zusammengestellt seien.

Myc

Auffällig sei dabei, dass sich die Kläger niemals gegen Großkanzleien wendeten.

### Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.

1. Aufgrund des Einspruchs der Kläger gegen das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 ist der Prozess in die Lage vor dessen Säumnis zurückversetzt worden, § 342 ZPO. Der Einspruch ist nämlich zulässig. Er ist statthaft sowie form- und fristgemäß im Sinne der §§ 338 ff. ZPO eingelegt worden.
2. Das Landgericht Berlin ist örtlich zuständig gemäß § 32 ZPO. Ein Wettbewerbsverhältnis besteht zwischen Anwälten im gesamten Bundesgebiet schon deshalb, weil sie seit der Neufassung des § 78 ZPO nunmehr auch in Zivilprozessen bundesweit von den Landgerichten auftreten dürfen (Beschluss des Kammergerichts vom 6. Juni 2000, 5 W 4159/00). Hinzu kommt, dass insbesondere Geldanlagen nicht ortsgebunden gekauft werden. Vielmehr ist es beispielsweise für die Anlageform „Immobilie“ geradezu typisch, dass die Anleger auch in Objekte investieren, die sich nicht an ihrem Wohnort befinden, sondern an Orten, die sie u. U. noch nie besucht haben und auch nicht besuchen werden. Der Beklagte ist aber, ebenso wie die Kläger auf dem Gebiet des Anlagerschutzes tätig. Die Kläger haben schlüssig dargelegt, dass sie private Anleger vertreten. Die Parteien sind unmittelbare Wettbewerber.
3. Für einen Missbrauch der Klagebefugnis im Sinne von § 13 Abs. 5 UWG hat der Beklagte nichts Hinreichendes dargelegt. Insbesondere ergibt sich ein solcher nicht bereits aus dem Hinweis auf fehlende Angriffe der Kläger gegen Großkanzleien. Missbrauch liegt nach § 13 Abs. 5

UWG nicht schon deshalb vor, weil mit der Verfolgung unlauteren Wettbewerbs auch bezweckt wird, „Einnahmen“ durch Erstattung von Abmahnungskosten und durch Vertragsstrafen zu erzielen. Auf sie besteht ein rechtmäßiger Anspruch. Erst wenn die Erzielung von Einnahmen der beherrschende Zweck der Rechtsverfolgung ist, die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs nur als Vorwand für eine gewinnbringende Abmahn- und Prozesstätigkeit dient, liegt eine missbräuchliche Geltendmachung vor, die dem Zwecke der Klagebefugnis, den unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen, zuwiderläuft (vgl. BGH GRUR 1990, 282, 284 „Wettbewerbsverein IV“).

4. Die von den Klägern beanstandete Werbeaussage des Beklagten verstößt weder gegen § 3 UWG noch gegen § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

a. Eine irreführende Alleinstellungswerbung, die nach § 3 UWG unzulässig wäre, liegt nicht vor. Der bestimmte Artikel ist ein so häufiges Werbemittel, dass schon besondere Umstände vorliegen müssen, um eine Alleinstellung anzunehmen (vgl. Baumbach/Hefermehl, § 3 Rn. 72). Ob es genügt, dass der Artikel im Druck hervorgehoben wird oder der Akzent auf ihm liegt, lässt sich nur nach Lage des Falles beurteilen. Es kommt auf das beworbene Produkt an. Der Eindruck einer Alleinstellung kann durch den bestimmten Artikel in Verbindung mit einem Eigenschaftswort empfehlenden Charakters hervorgerufen werden, wenn der Verkehr die Anpreisung ernst nimmt (vgl. Baumbach/Hefermehl, a. a. O.).

Der bestimmte Artikel ist hier weder besonders akzentuiert noch im Druck hervorgehoben. Ein empfehlendes Eigenschaftswort ist ihm ebenso wenig beigefügt worden. Aus dem Kontext, in dem die beanstandete Aussage steht, ergibt sich auch keine Alleinstellung. Vielmehr macht der Beklagte dort deutlich, dass er, um seine Aufgabe optimal erfüllen zu können, ausschließlich private Anleger und Investoren vertritt. Die Aussage wird von dem verständigen Verbraucher beziehungsweise potentiellen Mandanten dementsprechend im Sinne einer Spezialisierung des Beklagten verstanden werden. Derart zu werben ist aber nicht unzulässig.

b. Durch die seitens der Kläger beanstandete Werbung im Internet verstößt der Beklagte nicht gegen das Sachlichkeitsgebot des § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

§ 43 b BRAO normiert, dass Rechtsanwälte über ihre berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichten dürfen. Welche Zulässigkeitskriterien diesbezüglich anzuwenden sind, legt § 43 b BRAO nicht abschließend fest.

Solange der Rechtsanwalt sich in den durch schützenswerte Gemeinwohlbelange gezogenen Grenzen hält, hat er es im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts in der Hand, in welcher Weise er sich für die interessierte Öffentlichkeit darstellt. Seine berufliche Außendarstellung einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme seiner Dienste ist verfassungsrechtlich durch die Freiheit der Berufsausübung grundsätzlich gewährleistet. Bei der beruflichen Außendarstellung ist zwischen werbewirksamen Verhalten und gezielter Werbung in engeren Sinne zu unterscheiden (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510 m.w.N.).

Das für Rechtsanwälte geltende Verbot gezielter Werbung soll das Vertrauen der Rechtssuchenden stärken, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Neben irreführender Werbung sind insbesondere aufdringliche Werbemethoden verboten, die Ausdruck eines rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientierten Verhaltens sind (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

Die Unterscheidungskriterien dafür, ob die berufliche Außendarstellung noch ein übliches und angemessenes werbewirksames Verhalten oder schon eine übertriebene und unsachliche gezielte Werbung ist, unterliegen zeitbedingten Veränderungen. Dem Wandel ist Rechnung zu tragen, weil sich hierdurch Wahrnehmungsfähigkeit und Wahrnehmungsbereitschaft der Gesellschaft ändern (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

14

Die passive Darbietungsplattform und die zurückhaltende Aufmachung im Vergleich zu den anderen Angeboten auf der Homepage, lassen keine Unsachlichkeit feststellen. Das Medium für die berufliche Außendarstellung, eine Homepage im Internet, ist für sich betrachtet eine passive Darstellungsplattform. Im Gegensatz zu Brief-, Wurfzettel- und eMail-Versand hat ein Darstellungsempfänger eine Aktivität zu entfalten, um mit den bereitgestellten Angaben konfrontiert zu werden. Der Informationsgehalt ist klar erkennbar. Die äußere Form der beanstandeten Werbung ist im Vergleich zu den anderen Werbebannern auf der Homepage nicht aufdringlich gestaltet, also nicht unsachlich.

Inhaltlich hat der Beklagte durch sein Internetangebot in doppelter Weise auf sich aufmerksam gemacht: auf die Existenz seiner Kanzlei und darauf, dass diese sich „zum Schutz des Privatvermögens“ ausweist. Der Informationsgehalt bezüglich der Existenz seiner Kanzlei ist unter gebührender Zurückhaltung hinsichtlich des gewählten Mediums und den anderen Angeboten auf der Homepage klar erkennbar und damit nicht unsachlich.

In welcher Weise sich der Rechtsanwalt für die interessierte Öffentlichkeit im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts unter Beachtung der schützenswerten Gemeinwohlbelange darstellt, ist auch dem Inhalt nach am Sachlichkeitsgebot zu messen. Der Rechtsanwalt darf nicht in einer Weise werben, die inhaltlich über die rein sachbezogene Weitergabe von Informationen hinausgeht. Eine Anzeige, die den Interessen des Adressatenkreises, eine sachliche Information zu finden, gerecht wird, inhaltlich unaufdringlich gestaltet ist und keinen Irrtum erregt, ist dem Rechtsanwalt erlaubt. Jede Aussage, welche sich nicht auf die Angabe der Tätigkeitsschwerpunkte beschränkt, sondern eine Selbsteinschätzung enthält oder durch zusätzliche Mittel die Adressaten zu beeinflussen sucht, enthält Merkmale reklamehafter Anpreisung, die mit dem gesetzlichen Berufsbild des Rechtsanwalts als Organ der Rechtspflege vereinbar sein müssen. Diesen Anforderungen genügen solche Selbstdarstellungen, die Informationen enthalten, welche für

sich genommen weder irreführend sind noch ein sensationelles und reklamehaftes Sich-Herausstellen zum Gegenstand haben. Beispielsweise sind Imagebeeinflussungen durch Sponsoring davon erfasst, weil dadurch um Sympathie, Vertrauen und Akzeptanz geworben wird (vgl. BVerf NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510, 2511 m.w.N.).

Die Außendarstellung des Beklagten entspricht den Anforderungen eines sachlichen Werbeverhaltens. Das Vertrauen der Rechtssuchenden wird durch die streitgegenständliche Werbeaussage nicht dahingehend gestärkt, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Die Wortwahl ist nicht derart aufdringlich gefasst, dass dem Beklagten ein rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientiertes Verhalten zuzusprechen ist.

c) Schließlich ist in der Aussage „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“ auch keine irreführende (§ 3 UWG) und reklamehafte Werbung zu erblicken, denn der Beklagte wirbt nicht in sensationellen und reklamehaften Sich-Herausstellen um Vertrauen und Akzeptanz für den selbst eingeschränkten Rechtsbereich bezüglich des Privatvermögens. Die Werbeaussage ist auch objektiv richtig, da der Beklagte sich fast ausschließlich dem Rechtsschutz hinsichtlich des Privatvermögens widmet. Die umgangssprachliche Beschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes enthält keine dahingehende Selbsteinschätzung, dass auch spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten über denen eines anderen Rechtsanwaltes mit der genauen Angabe des Tätigkeitsschwerpunktes angeboten werden.

Auch die Verwendung des bestimmten Artikels „Die (Kanzlei) ...“ ist in diesem Zusammenhang eher als Vervollständigung des Werbesatzes zu verstehen, als eine Herausstellung einer Alleinstellung des Beklagten auf dem eingeschränkten Rechtsgebiet. Bei dieser Formulierung liegt der Wiedererkennungswert eher beim Schlussteil „...zum Schutz des Privatvermögens“. Diese der juristischen Laiensprache entsprechende Umschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes, nimmt dem vorangestellten bestimmten Artikel die etwaig unter anderen Umständen fachmännisch und

14

herausstellend zu sehende Charaktereigenschaft. Anders würde die Angabe zu verstehen sein, wenn den anerkannten und gewöhnlichen Tätigkeitsschwerpunkten ein bestimmter Artikel vorangestellt wäre, wie „Die Kanzlei für Kapitalrecht“. Hier würde sich die Aufmerksamkeit ebenfalls auf den ungewöhnlichen Teilsatz richten, der dann aber „Die Kanzlei ...“ wäre.

Das klageabweisende Versäumnisurteil war mithin zu Recht ergangen und aufrechtzuerhalten.

5. Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf den §§ 91 Abs. 1 Satz 1, 709 S.1 und 2 ZPO.

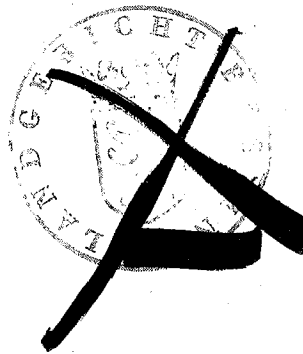
Schaber

Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und Richter am Landgericht Dittrich sind verweist.

Schaber

Beglaubigt

~~\_\_\_\_\_~~  
~~\_\_\_\_\_~~





# Landgericht Berlin

Im Namen des Volkes

Geschäftsnummer: 15.O.391/00

Verkündet am : 24. April 2001

Zymia  
Justizamtsinspektor

In dem Rechtsstreit

*Handwritten signature*

*Handwritten mark*

46

hat die Zivilkammer 15 des Landgerichts Berlin, Tegeler Weg 17-21 in 10589 Berlin (Charlottenburg), durch den Richter am Landgericht Schaber, die Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und den Richter am Landgericht Dittrich auf die mündliche Verhandlung vom 24. April 2001 für Recht erkannt:

1. Das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 wird aufrechterhalten.
2. Die Kläger tragen auch die weiteren Kosten des Rechtsstreits.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Kläger dürfen die Vollstreckung - auch aus dem Versäumnisurteil - gegen Sicherheitsleistung in Höhe des festgesetzten Kostenbetrages abwenden, wenn nicht der Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

### **Tatbestand**

Die Parteien sind Rechtsanwälte. Der Sitz der Kanzlei der Kläger befindet sich in Berlin, derjenige des Beklagten in Grünwald.

Der Beklagte bezeichnete seine Kanzlei auf seiner Homepage im Internet u.a. als „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“. Wegen der Einzelheiten wird auf die Auszüge aus der Homepage verwiesen ( K 1, Bl. 5-17 d.A.).

Mit Schreiben vom 16. Juni 2000 (K 2, Bl. 18 f. d.A.) mahnten die Kläger den Beklagten wegen der streitgegenständlichen Aussage auf seiner Homepage ab.

Der Beklagte wandte sich mit Schreiben vom 22. Juni 2000 (K 3, Bl. 20-26 d.A.) gegen die Abmahnung, lehnte die Abgabe der geforderten Unterlassungsverpflichtungserklärung ab und mahnte die Kläger seinerseits wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens ab.

Die Kläger sind der Ansicht, die beanstandete Werbeaussage des Beklagten sei als Alleinstellungswerbung unzulässig. Jedenfalls liege eine unzulässige Qualitätswerbung vor. Sie verstoße gegen das Sachlichkeitsgebot, beinhalte eine deutliche reklamehafte Selbstanpreisung und diene allein Werbezwecken.

Sie meinen, zwischen den Parteien bestehe ein Wettbewerbsverhältnis, da der Beklagte für sein Spezialgebiet bundesweit werbe und auf bundesweite Rückmeldungen abstelle. Es würden ein Kontaktaufnahme-Formular und eine Vollmacht angeboten. Sie behaupten, auch sie selbst seien auf den Gebiet des Anlegerschutzes tätig. Der Anlegerschutz gehöre zu den üblichen Tätigkeitsgebieten eines Rechtsanwalts.

Auf Antrag des Beklagten ist am 14. November 2000 ein Versäumnisurteil erlassen worden, mit dem die Klage abgewiesen worden ist. Gegen dieses Versäumnisurteil, das den Klägern am 22. November 2000 zugestellt worden ist, haben sie mit einem am 06. Dezember 2000 bei Gericht eingegangenen Anwaltsschriftsatz Einspruch eingelegt und diesen begründet.

Die Kläger beantragen nunmehr,

das Versäumnisurteil aufzuheben und den Beklagten zu verurteilen, es bei Vermeidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken für rechtsanwaltschaftliche Tätigkeit wie folgt zu werben:

„Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“.

Der Beklagte beantragt,

das Versäumnisurteil aufrechtzuerhalten.

Er rügt die örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Berlin.

Ferner vertritt er die Ansicht, das Vorgehen der Kläger sei rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 13 Abs. 5 UWG, da die Kläger offensichtlich primär aufgrund von Gewinnerzielungsabsicht handelten. Dies verdeutliche die Tatsache, dass die Kläger eine Vielzahl von Abmahnungen im gesamten Bundesgebiet betrieben hätten, die erkennbar aus Textbausteinen zusammengestellt seien.

Myc

Auffällig sei dabei, dass sich die Kläger niemals gegen Großkanzleien wendeten.

### Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.

1. Aufgrund des Einspruchs der Kläger gegen das Versäumnisurteil vom 14. November 2000 ist der Prozess in die Lage vor dessen Säumnis zurückversetzt worden, § 342 ZPO. Der Einspruch ist nämlich zulässig. Er ist statthaft sowie form- und fristgemäß im Sinne der §§ 338 ff. ZPO eingelegt worden.
2. Das Landgericht Berlin ist örtlich zuständig gemäß § 32 ZPO. Ein Wettbewerbsverhältnis besteht zwischen Anwälten im gesamten Bundesgebiet schon deshalb, weil sie seit der Neufassung des § 78 ZPO nunmehr auch in Zivilprozessen bundesweit von den Landgerichten auftreten dürfen (Beschluss des Kammergerichts vom 6. Juni 2000, 5 W 4159/00). Hinzu kommt, dass insbesondere Geldanlagen nicht ortsgebunden gekauft werden. Vielmehr ist es beispielsweise für die Anlageform „Immobilie“ geradezu typisch, dass die Anleger auch in Objekte investieren, die sich nicht an ihrem Wohnort befinden, sondern an Orten, die sie u. U. noch nie besucht haben und auch nicht besuchen werden. Der Beklagte ist aber, ebenso wie die Kläger auf dem Gebiet des Anlagerschutzes tätig. Die Kläger haben schlüssig dargelegt, dass sie private Anleger vertreten. Die Parteien sind unmittelbare Wettbewerber.
3. Für einen Missbrauch der Klagebefugnis im Sinne von § 13 Abs. 5 UWG hat der Beklagte nichts Hinreichendes dargelegt. Insbesondere ergibt sich ein solcher nicht bereits aus dem Hinweis auf fehlende Angriffe der Kläger gegen Großkanzleien. Missbrauch liegt nach § 13 Abs. 5

UWG nicht schon deshalb vor, weil mit der Verfolgung unlauteren Wettbewerbs auch bezweckt wird, „Einnahmen“ durch Erstattung von Abmahnungskosten und durch Vertragsstrafen zu erzielen. Auf sie besteht ein rechtmäßiger Anspruch. Erst wenn die Erzielung von Einnahmen der beherrschende Zweck der Rechtsverfolgung ist, die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs nur als Vorwand für eine gewinnbringende Abmahn- und Prozesstätigkeit dient, liegt eine missbräuchliche Geltendmachung vor, die dem Zwecke der Klagebefugnis, den unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen, zuwiderläuft (vgl. BGH GRUR 1990, 282, 284 „Wettbewerbsverein IV“).

4. Die von den Klägern beanstandete Werbeaussage des Beklagten verstößt weder gegen § 3 UWG noch gegen § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

a. Eine irreführende Alleinstellungswerbung, die nach § 3 UWG unzulässig wäre, liegt nicht vor. Der bestimmte Artikel ist ein so häufiges Werbemittel, dass schon besondere Umstände vorliegen müssen, um eine Alleinstellung anzunehmen (vgl. Baumbach/Hefermehl, § 3 Rn. 72). Ob es genügt, dass der Artikel im Druck hervorgehoben wird oder der Akzent auf ihm liegt, lässt sich nur nach Lage des Falles beurteilen. Es kommt auf das beworbene Produkt an. Der Eindruck einer Alleinstellung kann durch den bestimmten Artikel in Verbindung mit einem Eigenschaftswort empfehlenden Charakters hervorgerufen werden, wenn der Verkehr die Anpreisung ernst nimmt (vgl. Baumbach/Hefermehl, a. a. O.).

Der bestimmte Artikel ist hier weder besonders akzentuiert noch im Druck hervorgehoben. Ein empfehlendes Eigenschaftswort ist ihm ebenso wenig beigefügt worden. Aus dem Kontext, in dem die beanstandete Aussage steht, ergibt sich auch keine Alleinstellung. Vielmehr macht der Beklagte dort deutlich, dass er, um seine Aufgabe optimal erfüllen zu können, ausschließlich private Anleger und Investoren vertritt. Die Aussage wird von dem verständigen Verbraucher beziehungsweise potentiellen Mandanten dementsprechend im Sinne einer Spezialisierung des Beklagten verstanden werden. Derart zu werben ist aber nicht unzulässig.

b. Durch die seitens der Kläger beanstandete Werbung im Internet verstößt der Beklagte nicht gegen das Sachlichkeitsgebot des § 1 UWG in Verbindung mit § 43 b BRAO.

§ 43 b BRAO normiert, dass Rechtsanwälte über ihre berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichten dürfen. Welche Zulässigkeitskriterien diesbezüglich anzuwenden sind, legt § 43 b BRAO nicht abschließend fest.

Solange der Rechtsanwalt sich in den durch schützenswerte Gemeinwohlbelange gezogenen Grenzen hält, hat er es im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts in der Hand, in welcher Weise er sich für die interessierte Öffentlichkeit darstellt. Seine berufliche Außendarstellung einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme seiner Dienste ist verfassungsrechtlich durch die Freiheit der Berufsausübung grundsätzlich gewährleistet. Bei der beruflichen Außendarstellung ist zwischen werbewirksamen Verhalten und gezielter Werbung in engeren Sinne zu unterscheiden (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510 m.w.N.).

Das für Rechtsanwälte geltende Verbot gezielter Werbung soll das Vertrauen der Rechtssuchenden stärken, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Neben irreführender Werbung sind insbesondere aufdringliche Werbemethoden verboten, die Ausdruck eines rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientierten Verhaltens sind (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

Die Unterscheidungskriterien dafür, ob die berufliche Außendarstellung noch ein übliches und angemessenes werbewirksames Verhalten oder schon eine übertriebene und unsachliche gezielte Werbung ist, unterliegen zeitbedingten Veränderungen. Dem Wandel ist Rechnung zu tragen, weil sich hierdurch Wahrnehmungsfähigkeit und Wahrnehmungsbereitschaft der Gesellschaft ändern (vgl. BVerfG NJW 2000, 3195 m.w.N.).

14

Die passive Darbietungsplattform und die zurückhaltende Aufmachung im Vergleich zu den anderen Angeboten auf der Homepage, lassen keine Unsachlichkeit feststellen. Das Medium für die berufliche Außendarstellung, eine Homepage im Internet, ist für sich betrachtet eine passive Darstellungsplattform. Im Gegensatz zu Brief-, Wurfzettel- und eMail-Versand hat ein Darstellungsempfänger eine Aktivität zu entfalten, um mit den bereitgestellten Angaben konfrontiert zu werden. Der Informationsgehalt ist klar erkennbar. Die äußere Form der beanstandeten Werbung ist im Vergleich zu den anderen Werbebannern auf der Homepage nicht aufdringlich gestaltet, also nicht unsachlich.

Inhaltlich hat der Beklagte durch sein Internetangebot in doppelter Weise auf sich aufmerksam gemacht: auf die Existenz seiner Kanzlei und darauf, dass diese sich „zum Schutz des Privatvermögens“ ausweist. Der Informationsgehalt bezüglich der Existenz seiner Kanzlei ist unter gebührender Zurückhaltung hinsichtlich des gewählten Mediums und den anderen Angeboten auf der Homepage klar erkennbar und damit nicht unsachlich.

In welcher Weise sich der Rechtsanwalt für die interessierte Öffentlichkeit im Rahmen des allgemeinen Wettbewerbsrechts unter Beachtung der schützenswerten Gemeinwohlbelange darstellt, ist auch dem Inhalt nach am Sachlichkeitsgebot zu messen. Der Rechtsanwalt darf nicht in einer Weise werben, die inhaltlich über die rein sachbezogene Weitergabe von Informationen hinausgeht. Eine Anzeige, die den Interessen des Adressatenkreises, eine sachliche Information zu finden, gerecht wird, inhaltlich unaufdringlich gestaltet ist und keinen Irrtum erregt, ist dem Rechtsanwalt erlaubt. Jede Aussage, welche sich nicht auf die Angabe der Tätigkeitsschwerpunkte beschränkt, sondern eine Selbsteinschätzung enthält oder durch zusätzliche Mittel die Adressaten zu beeinflussen sucht, enthält Merkmale reklamehafter Anpreisung, die mit dem gesetzlichen Berufsbild des Rechtsanwalts als Organ der Rechtspflege vereinbar sein müssen. Diesen Anforderungen genügen solche Selbstdarstellungen, die Informationen enthalten, welche für

sich genommen weder irreführend sind noch ein sensationelles und reklamehaftes Sich-Herausstellen zum Gegenstand haben. Beispielsweise sind Imagebeeinflussungen durch Sponsoring davon erfasst, weil dadurch um Sympathie, Vertrauen und Akzeptanz geworben wird (vgl. BVerf NJW 2000, 3195, 3196; NJW 1997, 2510, 2511 m.w.N.).

Die Außendarstellung des Beklagten entspricht den Anforderungen eines sachlichen Werbeverhaltens. Das Vertrauen der Rechtssuchenden wird durch die streitgegenständliche Werbeaussage nicht dahingehend gestärkt, der Rechtsanwalt werde nicht aus Gewinnstreben zu Prozessen raten oder die Sachbehandlung an Gebühreninteressen ausrichten. Die Wortwahl ist nicht derart aufdringlich gefasst, dass dem Beklagten ein rein geschäftsmäßigen, ausschließlich an Gewinn orientiertes Verhalten zuzusprechen ist.

c) Schließlich ist in der Aussage „Die Kanzlei zum Schutz des Privatvermögens“ auch keine irreführende (§ 3 UWG) und reklamehafte Werbung zu erblicken, denn der Beklagte wirbt nicht in sensationellen und reklamehaften Sich-Herausstellen um Vertrauen und Akzeptanz für den selbst eingeschränkten Rechtsbereich bezüglich des Privatvermögens. Die Werbeaussage ist auch objektiv richtig, da der Beklagte sich fast ausschließlich dem Rechtsschutz hinsichtlich des Privatvermögens widmet. Die umgangssprachliche Beschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes enthält keine dahingehende Selbsteinschätzung, dass auch spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten über denen eines anderen Rechtsanwaltes mit der genauen Angabe des Tätigkeitsschwerpunktes angeboten werden.

Auch die Verwendung des bestimmten Artikels „Die (Kanzlei) ...“ ist in diesem Zusammenhang eher als Vervollständigung des Werbesatzes zu verstehen, als eine Herausstellung einer Alleinstellung des Beklagten auf dem eingeschränkten Rechtsgebiet. Bei dieser Formulierung liegt der Wiedererkennungswert eher beim Schlussteil „...zum Schutz des Privatvermögens“. Diese der juristischen Laiensprache entsprechende Umschreibung des Tätigkeitsschwerpunktes, nimmt dem vorangestellten bestimmten Artikel die etwaig unter anderen Umständen fachmännisch und

14

herausstellend zu sehende Charaktereigenschaft. Anders würde die Angabe zu verstehen sein, wenn den anerkannten und gewöhnlichen Tätigkeitsschwerpunkten ein bestimmter Artikel vorangestellt wäre, wie „Die Kanzlei für Kapitalrecht“. Hier würde sich die Aufmerksamkeit ebenfalls auf den ungewöhnlichen Teilsatz richten, der dann aber „Die Kanzlei ...“ wäre.

Das klageabweisende Versäumnisurteil war mithin zu Recht ergangen und aufrechtzuerhalten.

5. Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf den §§ 91 Abs. 1 Satz 1, 709 S.1 und 2 ZPO.

Schaber

Richterin am Landgericht Ladewig-Feldkamp und Richter am Landgericht Dittrich sind verweist.

Schaber

Beglaubigt

~~\_\_\_\_\_~~  
~~\_\_\_\_\_~~

