

Inhaltsverzeichnis

Einführung	13
1 Die Geschichte des anwaltlichen Werberechts in Deutschland	17
1.1 18. Jahrhundert bis zum 01.07.1878	17
1.2 Die Rechtsanwaltsordnung vom 01.07.1878	21
1.3 Die Reichsrechtsanwaltsordnung vom 21.02.1936	25
1.4 Nach 1945	26
1.5 Die Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts vom 14.07.1987	33
1.5.1 Überblick	33
1.5.2 Der zweite Beschluss vom 14.07.1987 zum standesrechtlichen Werbeverbot	34
1.5.2.1 Sachverhalt	34
1.5.2.2 Die Erwägungen des BVerfG	35
1.6 1994 Neuordnung des Berufsrechts der Rechtsanwälte und Patentanwälte	39
1.7 Stellungnahme	44
2 Begriffsbestimmungen	49
2.1 Begriff der Regulierung	49
2.2 Begriff des Rechtsanwalts	49
2.3 Begriff der Werbung	51
2.3.1 Der Werbungsbegriff aus betriebswirtschaftlicher Sicht	52
2.3.2 Der Werbungsbegriff nach der Rechtsprechung	54
2.3.2.1 Gezielte Werbung und werbewirksames Verhalten	56
2.3.2.2 Verhalten, das nicht unter den Werbungsbegriff des § 43b BRAO fällt	59
2.3.3 Abweichende Definitionsansätze in der Literatur	60
2.3.3.1 Das Kriterium des Verdrängungswettbewerbs	60
2.3.3.2 Maßnahmen mit werbewirksamen Folgen	61
2.3.3.3 Das Kriterium der Informationsübermittlung	63

2.3.4	Ergebnis.....	64
2.4	Begriffe des UWG	66
2.4.1	Begriff der „geschäftlichen Handlung“ i. S. d. UWG und Werbung i. S. d. § 43b BRAO.....	66
2.4.2	Begriff der Werbung i. S. d. UWG und der Werbungsbegriff des § 43b BRAO	68
2.4.3	Ergebnis.....	70
3	Verhältnis der die anwaltliche Werbung regulierenden Normen zueinander.....	71
3.1	Verhältnis der berufsrechtlichen Normen zueinander.....	71
3.2	Verhältnis zwischen Wettbewerbs- und Berufsrecht	74
3.2.1	Berufsrechtlicher Werbeverstoß und dessen Berücksichtigung im UWG	75
3.2.2	Berufsrechtlich ausdrücklich erlaubtes Werbeverhalten und dessen Bewertung im UWG	77
3.3	Zusammenfassung	83
4	Wesentliche Unterschiede zwischen wettbewerbs- und berufsrechtlicher Verfolgung unzulässiger anwaltlicher Werbung.....	85
4.1	Rechtsweg.....	85
4.1.1	Wettbewerbsverfahren	85
4.1.2	Berufsrechtliches Verfahren.....	86
4.2	Rechtsfolgen und Sanktionen.....	90
4.2.1	Wettbewerbsrechtliche Rechtsfolgen	90
4.2.2	Berufsrechtliche Sanktionen.....	93
4.3	Anspruchsinhaber und Verfolgungsberechtigter.....	97
4.3.1	Anspruchsberechtigte der wettbewerbsrechtlichen Ansprüche	97
4.3.2	Verfolgungsberechtigte von berufsrechtlichen Verstößen	98
4.4	Kosten	99
4.4.1	Wettbewerbsverfahren	99
4.4.2	Berufsrechtliches Verfahren.....	100
4.5	Auswertung der Gegenüberstellung.....	101
5	Verfassungsrechtliche Vorgaben für die Regulierung von Anwaltswerbung.....	105
5.1	Art. 12 Abs. 1 GG: Berufsfreiheit.....	107
5.1.1	Schutzbereich	107
5.1.2	Eingriff in den Schutzbereich.....	108
5.1.3	Verfassungsrechtliche Rechtfertigung des Eingriffs	109

5.1.3.1	Gesetzesvorbehalt	109
5.1.3.2	Drei-Stufen-Theorie.....	110
5.1.3.3	Vernünftige Erwägungen des Gemeinwohls.....	111
5.1.3.4	Zusammenfassung	183
5.1.4	Ergebnis.....	185
5.2	Art. 5 Abs. 1 S. 1 Var. 1 GG: Meinungsäußerungsfreiheit	186
5.2.1	Schutzbereich von Art. 5 Abs. 1 S. 1 Var. 1 GG.....	187
5.2.1.1	Rechtsanwalt als Grundrechtsträger.....	187
5.2.1.2	Begriff der Meinung	188
5.2.1.3	Wirtschaftswerbung	191
5.2.2	Eingriff in den Schutzbereich.....	193
5.2.3	Verfassungsrechtliche Rechtfertigung des Eingriffs	194
5.2.4	Ergebnis.....	198
5.3	Art. 14 Abs. 1 GG: Eigentumsfreiheit	199
5.4	Art. 2 Abs. 1 GG: Allgemeine Handlungsfreiheit.....	201
5.5	Art. 3 Abs. 1 GG: Gleichheitsgrundsatz	202
5.5.1	Vergleichsgruppe: Wirtschaftsprüfer	206
5.5.2	Vergleichsgruppe: alle anderen Dienstleister	211
5.5.3	Ergebnis.....	213
5.6	Grundrechtskonkurrenz.....	213
5.7	Ergebnis	217
6	Unionsrechtliche Vorgaben für die Regulierung von Anwaltswerbung.....	221
6.1	Art. 24 RL 2006/123/EG (Dienstleistungsrichtlinie)	223
6.1.1	Vorrang des primärrechtskonformen Art. 24 RL 2006/123/EG vor den Grundfreiheiten	224
6.1.2	Anwendungsbereich und Begriffsbestimmungen.....	225
6.1.2.1	Anwendungsbereich.....	225
6.1.2.2	Begriffsbestimmungen.....	226
6.1.3	Inhalt	229
6.1.3.1	Art. 24 Abs. 1 RL 2006/123/EG	229
6.1.3.2	Art. 24 Abs. 2 RL 2006/123/EG	231
6.1.3.3	Verhältnismäßigkeitsprüfung.....	232
6.1.3.4	Relevante Unterschiede bei der Verhältnismäßigkeits- prüfung im Vergleich zu den in dieser Arbeit gewonnenen nationalen Grundsätzen?	234
6.2	Konsequenzen des Art. 24 RL 2006/123/EG für § 43b BRAO	241
6.2.1	Richtlinienkonforme Auslegung	241
6.2.2	Erfordernis der Umsetzung	242

6.2.3	Überprüfung der Einhaltung der Vorgaben von Art. 24 RL 2006/123/EG	242
6.2.4	Ist das deutsche Verfassungsrecht noch von Relevanz für die Beurteilung anwaltlicher Werbebeschränkungen?	244
6.3	Ergebnis	249
7	Verfassungs- und Unionsrechtskonformität der Regulierung von Anwaltswerbung durch die Rechtsprechung	251
7.1	Sachlichkeitsgebot des § 43b BRAO	252
7.1.1	Berufsbezogenheit	253
7.1.1.1	Auslegung vor der <i>Sponsoring</i> -Entscheidung des BVerfG im Jahr 2000	253
7.1.1.2	Auslegung nach der <i>Sponsoring</i> -Entscheidung des BVerfG im Jahr 2000	255
7.1.1.3	Zusammenfassung	259
7.1.2	Sachlichkeit der Form	261
7.1.2.1	Werbemethoden der gewerblichen Wirtschaft	261
7.1.2.2	Unzumutbare belästigende Werbung	268
7.1.2.3	Werbegeschenke und Gewinnspiele	272
7.1.2.4	Ungeeignete Begriffe zur Ausfüllung der Unsachlichkeit der Form	274
7.1.2.5	Zusammenfassung	277
7.1.3	Sachlichkeit des Inhalts	278
7.1.3.1	Irreführende Werbung	279
7.1.3.2	Vergleichende Werbung	412
7.1.3.3	Dem Beweis nicht zugängliche Werbeaussagen	450
7.1.3.4	Herabsetzende und anschwärzende Werbung	469
7.1.3.5	Gefühlsbetonte und übertrieben anlockende Werbung	473
7.1.3.6	§ 6 Abs. 2 S. 2 BORA: Hinweise auf Mandate und Mandanten	479
7.1.3.7	Ergebnis	483
7.2	Verbot der Einzelfallmandatswerbung gemäß § 43b BRAO	485
7.2.1	Sinn und Zweck	485
7.2.2	Entwicklung der Auslegung von Einzelfallmandatswerbung in Rechtsprechung und Literatur seit Inkrafttreten von § 43b BRAO am 03.09.1994	488
7.2.2.1	Verbot von gezielter Werbung um Praxis	488
7.2.2.2	Verbot der Mandatswerbung bei Beratungsbedarf	489
7.2.2.3	Grundsätzliche Zulässigkeit von Einzelfallmandatswerbung	493

7.2.2.4	Bewertung.....	498
7.2.3	Vergleich mit den Unlauterkeitstatbeständen des UWG	505
7.2.3.1	§ 7 UWG.....	506
7.2.3.2	§ 4a UWG.....	507
7.2.3.3	Zusammenfassung	512
7.2.4	Ergebnis.....	513
7.2.5	Einschub: Das BDSG als Beschränkung von Anwaltswerbung	517
7.3	Mitwirkung an Drittwerbung	521
7.4	Zusammenfassung	525
8	Endergebnis mit Reformvorschlag	531
8.1	Zusammenfassung der gewonnenen Erkenntnisse	531
8.2	Streichung oder Abänderung des § 43b BRAO?	536
8.3	Reformvorschlag.....	543
8.3.1	Änderungen in der BRAO	543
8.3.2	Begründung	543
8.3.3	Änderungen in der BORA	547
8.3.4	Begründung	550
	Thesen	561
	Literaturverzeichnis	565