

## Bücherschau

# Werben und Verhandeln für Anwälte

Rechtsanwalt Dr. Matthias Kilian, Köln

## I. Anwaltswerbung



Kerstin Wolf, *Anwaltliche Werbung im Lichte von Berufs- und Wettbewerbsrecht unter Einbeziehung des Sanktionenrechts*, Nomos-Verlag, Baden-Baden 2011, 240 S., ISBN 978-3-8329-4736-1, 62 Euro.

und Wettbewerbsrecht unter Einbeziehung des Sanktionenrechts“ in einer von *Dannecker* in Bayreuth betreuten Dissertation angenommen. Sie interessiert insbesondere, ob durch das Berufsrecht Einschränkungen der Anwaltswerbung bewirkt werden, die bei einer isoliert wettbewerbsrechtlichen Betrachtung nicht bestehen würden. Weiterer Untersuchungsgegenstand ist die Frage, ob die Möglichkeit eines wettbewerbsrechtlichen Vorgehens der Kammern bei unzulässiger Anwaltswerbung, das zu einem Bedeutungsverlust der in der BRAO selbst angelegten Aufsichtsinstrumente geführt hat, beibehalten werden sollten. Viel Raum verwendet die Verfasserin zunächst auf die Klärung des Werbebegriffs im anwaltsrechtlichen Kontext. Im zweiten Kapitel erläutert *Wolf* detailliert die einzelnen Tatbestandsmerkmale des § 43 b BRAO und die die werberechtliche Zentralnorm konkretisierenden §§ 6 bis 10 BORA. Das Tatbestandsmerkmal der Berufsbezogenheit hält sie für ungeeignet für die Unterscheidung von erlaubter und unerlaubter Werbung, das Verbot der Nennung von Umsatzzahlen in § 6 BORA für verfassungswidrig. Ein Abschnitt zur Beurteilung anwaltlicher Werbung im Lichte des Wettbewerbsrechts schließt sich an. Die Verfasserin arbeitet heraus, dass auch das UWG in der Lage ist, Berufsspezifika sachgerecht zu adressieren, wenngleich sie sich mit einer Bewertung, ob dies nicht ein berufsrechtlich verankertes Werberecht entbehrlich macht, zurückhält. Im sich anschließenden Kapitel 3 dokumentiert und systematisiert die Verfasserin den Status Quo der Rechtsprechung zur anwaltlichen Werbung. Gebildet werden 14 Fallgruppen, innerhalb derer die Judikatur zur Anwaltswerbung von der Angabe fachlicher Qualifikationen bis hin zum Sponsoring aufgefächert wird. Das vierte, 35seitige Kapitel erläutert sodann die negativen Anreizsysteme, die unzulässige Anwaltswerbung adressieren: Beleuchtet werden zum einen berufsrechtliche Sanktionen nebst dem ihnen vorgeschalteten Verfahren vor dem AnwG, AGH und gegebenenfalls BGH, zum anderen die wett-

1. Wieder einmal gilt es eine Studie zum anwaltlichen Werberecht vorzustellen – seitdem in den Jahren 1988 bis 1990 erste Arbeiten von *Hocke*, *Wolf* und *Ring* zum anwaltlichen Werberecht erschienen sind, ist der Nachschub an neuen Studien zur Materie – anwaltspezifisch oder zu den freien Berufen im Allgemeinen – nie versiegt. *Kerstin Wolf* hat sich der Thematik unter dem Titel „Anwaltliche Werbung im Lichte von Berufs-

bewerbsrechtlichen Konsequenzen rechtswidriger Werbung. Ein recht knappes, sechsseitiges Kapitel skizziert sodann die sich aus der Sicht von *Wolf* ergebenden Unzulänglichkeiten des Normengefüges *de lege lata* und Vorschläge für eine Neuregelung *de lege ferenda*. Die Verfasserin hält es für rechtspolitisch verfehlt, dass aufgrund der effektiveren Rechtsschutzmöglichkeiten die Zulässigkeit anwaltlicher Werbung von den Wettbewerbsgerichten überprüft wird anstatt Gegenstand aufsichtsrechtlicher Verfahren zu sein. *De lege ferenda* schlägt sie vor, den Rechtsanwaltskammern eine explizite verwaltungsverfahrenrechtliche VA-Befugnis zum Erlass von Unterlassungsverfügungen zu geben, die der Bundesgerichtshof bekanntlich dem Regelungszusammenhang der BRAO nicht entnehmen wollte. Eine ausführlichere Auseinandersetzung mit dieser Rspr., insbesondere die Entkräftung der Argumente des BGH, die durchaus auch rechtspolitisch gegen eine explizite VA-Befugnis der Kammern ins Feld geführt werden können, hätte sich hier angeboten. Weitere Vorschläge betreffen u.a. Änderungen im Rechtsschutzgefüge, die – naturgemäß – auch Auswirkungen auf alle anderen Verwaltungsrechtsstreitigkeiten haben würden und die, da sie letztlich von den Besonderheiten des Werberechts getragen sind, nicht ungeteilte Zustimmung finden werden. Gefordert wird u. a., grundsätzlich die Berufung zum BGH zuzulassen oder alternativ das – in Verwaltungssachen bislang nicht befasste – Anwaltsgericht als Eingangsinstanz vorzusehen. Ein weiteres Petitionum ist, die Unanfechtbarkeit des Beschlusses über den Antrag auf gerichtliche Entscheidung gegen einen Rügebescheid (§ 74 a Abs. 3 S. 4 BRAO) aufzugeben.



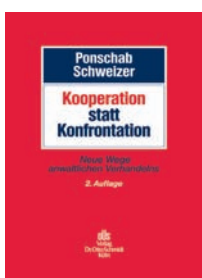
Andrea Schütz, *Anwaltswerbung in der Schweiz – UWG als Alternative zu Art. 12 lit. d BGFA?*, Schulthess Verlag, Zürich 2010, 465 S., ISBN 978-3-7255-6236-7, 89 CHF.

Berechtigung hat, wird aber auch in Deutschland intensiv diskutiert. Die Ergebnisse sind daher durchaus nicht nur für grenzüberschreitend in der Schweiz tätige Rechtsanwälte von Interesse. *Schütz* führt aus Seite 1 provokant in die Arbeit ein, indem sie die Marketingthese „Wer nicht wirbt, stirbt“ mit dem Bemerkten „Demnach müsste die Anwaltschaft schon längst tot sein“ kommentiert und darauf hinweist, dass in der Schweiz mittlerweile die Werbung für Unzucht, nicht aber jene für anwaltliche Leistungen liberalisiert sei. Die ersten 100 Seiten der Studie sind Vorfragen gewidmet (was zeichnet den Anwalt aus, was ist Werbung). Sehr detailliert wird sodann die berufsrechtliche Rechtslage unter Geltung des BGFA erläutert, bevor diese mit dem anwaltlichen Werberecht in Deutschland verglichen wird. Nach rund 200 Seiten wendet sich die Verfasserin dann dem eigentlichen Prüfungsgegenstand zu: Zunächst werden UWG und BGFA als Regelungskomplexe allgemein miteinander

2. Eine mit mehr als 400 eng bedruckten Seiten überaus umfangreiche Untersuchung zum Werberecht hat *Andrea Schütz* unter dem Titel „Anwaltswerbung in der Schweiz – UWG als Alternative zu Art. 12 lit. d BGFA?“ publiziert. Zwar ist sie in der Schweiz mit Blick auf das Schweizerische Recht entstanden, die Problematik, inwiefern neben dem Wettbewerbsrecht ein berufsspezifisches Werberecht künftig eine

verglichen, bevor sodann die werberelevanten Normen beider Gesetze gegenübergestellt werden. Auf mehr als 120 Seiten geht *Schütz* danach der Frage nach, inwieweit das UWG in werberechtlichen Fragen Alternative zum Berufsrecht sein kann. Ergebnis ist die Feststellung, dass das UWG besser als das Berufsrecht geeignete Lösungen für die rechtliche Beurteilung anwaltlicher Werbung bereit hält. Das Ergebnis beruht zum Teil auf den Besonderheiten des Tatbestands des Art. 12 lit d) BGFA, manche Überlegung ist freilich auch auf Deutschland übertragbar. Dass die Verfasserin sich hierzulande Inspiration geholt hat, zeigt auch ihr abschließender Regelungsvorschlag – er entspricht wörtlich § 52 WPO.

## II. Schlüsselqualifikation Verhandeln



Rainer Ponschab/Adrian Schweizer, *Kooperation statt Konfrontation: Neue Wege anwaltlichen Verhandels*, Verlag Dr. Otto Schmidt, 2. Auflage 2010, 324 S., ISBN 978-3-504-18972-3, 39,80 Euro.

1. Das Werk „Kooperation statt Konfrontation: Neue Wege anwaltlichen Verhandels“ von *Reiner Ponschab* und *Adrian Schweizer* ist bei Erscheinen der Erstauflage im Jahr 1997 zu recht nicht nur viel gelobt worden, sondern hat sich auch gut verkauft. Es ist nun in zweiter Auflage erschienen. Das Konzept des Werkes hat sich bewährt, so dass Inhalte, didaktischer Ansatz und Struktur beibehalten und neben generellen

Aktualisierungen lediglich hier und da Ergänzungen vorgenommen worden sind. Nach wie vor ist das Buch kein theoretisierendes Lehrbuch, sondern ein mit Vergnügen zu lesendes Anleitungsbuch, in der viele hintergründige Geschichten erzählt werden. Nach einer Einleitung, in der uns als Antipoden die Rechtsanwälte „Streidt“ und „Cooper“ (dieser aus „Bad Friedlingen“) erstmals begegnen und die ein Plädoyer für das kooperative Verhandeln anstelle der Konfliktentscheidung nach der juristischen Methode ist, werden verschiedene Verhandlungsstile vorgestellt und das kooperative Verhandeln als vorzugswürdige Verhandlungsmethode identifiziert. Der Leser wird überzeugt, „die vergangenheits-, fehler- und mikrokosmosorientierte Vorgehensweise der juristischen Methode zu verlassen“ und in den Bereich des kooperativen Verhandels vorzudringen. Der nächste Abschnitt erläutert unter Zuhilfenahme des uns begleitenden Rechtsanwalts „Cooper“ eine sinnvolle Vorbereitung der späteren Verhandlung gemeinsam mit dem Mandanten – dass diesem Thema ein eigenes Kapitel gewidmet ist, verdeutlicht nicht nur die Herausforderungen (und Methoden), den Mandanten für eine Verhandlungslösung zu gewinnen, sondern auch, dass Verhandeln stets „im Schatten des Rechts“ erfolgt und akribische Vorbereitung erfordert. Der eigentlichen Verhandlung ist das folgende Kapitel gewidmet, in dem „Cooper“ und „Streidt“ mit ihren Mandanten, die sich, so die unterhaltsame Rahmenhandlung, als Gesellschafter eines Pflanzenzuchtunternehmens streiten, aufeinandertreffen. Sieben Schritte erfolgreichen Verhandels werden herausgearbeitet und ausführlich erläutert. Das nächste Kapitel fand sich in der Erstauflage noch nicht: Auf 50 Seiten werden Techniken und Modelle vorgestellt, die ein kooperativer

Verhandler beherrschen sollte. Vorgestellt werden u. a. 36 Strategeme der List, 21 Axiome effizienter Kommunikation, 13 Arten von Fragen und vier Wahrnehmungspositionen. Das abschließende Kapitel ist 10 besonders schwierigen Verhandlungssituationen gewidmet – es sind nicht mehr durchgängig dieselben wie in der Erstauflage. Unbedingt lesenswert – da wir Juristen in Zeiten der Mediation mittlerweile mit Ideen alternativer Konfliktbeilegung besser sozialisiert sind als noch vor einem Jahrzehnt, fällt der Kulturschock am Ende der Lektüre hoffentlich erträglich aus.



Reinhard Greger/Christine von Münchhausen, *Verhandlungs- und Konfliktmanagement für Anwälte*, Verlag C. H. Beck, München 2010, 260 S., ISBN 978-3-4066-0188-0, 38 Euro.

2. In der von *Reinhard Greger* und *Christine von Münchhausen* verfassten Neuerscheinung „Verhandlungs- und Konfliktmanagement für Anwälte“ wird das Thema „Verhandeln“ als eines von mehreren Teilgebieten behandelt. Das Buch will den Widerspruch adressieren, dass von jedem Anwalt erwartet wird, dass er Kompetenzen beim Verhandeln und bei der Konfliktbewältigung besitzt, die Schulung von Verhandlungs- und Konfliktmanagement aber, aller Bemühungen um anwaltsorientierte Ausbildung und die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen zum Trotz, praktisch nicht stattfindet. Gedacht ist das Buch daher vor allem als Leitfaden für den Anwaltsnachwuchs zum Erlernen von Verhandlungs- und Konfliktmanagement. Erläutert werden nach Ausführungen über die Kommunikation in der Anwaltspraxis das menschliche Konfliktverhalten, Lösungsansätze für Konflikte, die verschiedenen Verhandlungsformen vom Prozess über Schiedsverfahren, Schiedsgutachten und Mediation bis hin zu Schlichtung und Vermittlung und kombinierten Verfahrensmethoden. Besprochen werden in einem ABC der Konfliktlösung zudem typische konfliktträchtige Szenarien, z. B. Baumängelstreitigkeiten, Mietstreitigkeiten oder Konflikte in Gesellschaften und Sozietäten.



### Dr. Matthias Kilian, Köln

Der Autor ist Rechtsanwalt und Direktor des Soldan-Instituts für Anwaltmanagement (Essen).

Sie erreichen den Autor unter der E-Mail-Adresse [autor@anwaltsblatt.de](mailto:autor@anwaltsblatt.de).