



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 292/97

Verkündet am:
27. April 2000
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

Steuerberateranzeige

UWG § 1; StBerG § 57a; BOSTB § 11 Abs. 1

Jedenfalls seit Inkrafttreten der Berufsordnung der Bundessteuerberaterkammer vom 2. Juni 1997 ist eine 13,4 x 18 cm große Zeitungsanzeige eines Steuerberaters grundsätzlich nicht mehr als berufs- oder wettbewerbswidrig zu be-
anstanden.

BGH, Urt. v. 27. April 2000 - I ZR 292/97 - OLG Dresden
LG Chemnitz

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 27. April 2000 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Pokrant, Dr. Büscher und Raebel

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 14. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Dresden vom 2. Dezember 1997 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der beklagte Steuerberater ließ im März und Mai 1996 im "A. Anzeiger" die nachstehende halbseitige, 13,4 x 18 cm große Anzeige erscheinen:

STEUERBERATUNG

F
D
- STEUERBERATER -

C
C Straße
Telefon
Telefax

D
D Straße
Telefon

Privat:
A Straße
K
Telefon:

- Existenzgründungsberatung
- Finanz- und Lohnbuchhaltung
- Vorausschauende, steuergestaltende Beratung
- Jahresabschlüsse, Steuererklärungen
- Lohnsteuerberatung für Arbeitnehmer

Termine für private Lohnsteuer-/Einkommenssteuererklärungen und Beratung zu Kindergeldfragen nach Terminvereinbarung auch außerhalb der üblichen Bürozeiten (9 bis 17 Uhr) möglich!

Der Kläger, ein Lohnsteuerhilfverein, beanstandet vor allem, daß das Format der Anzeige reklamehaft übertrieben sei, denn angesichts der größeren unbedruckten Freiflächen habe der gesamte Text - ohne die Übersichtlichkeit der Anzeige zu gefährden - auf deutlich kleinerem Raum untergebracht werden können.

Der Kläger hat beantragt,

den Beklagten unter Androhung gesetzlicher Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs mit Anzeigenannoncen auf seine Tätigkeit hinzuweisen, die eine Größe von 13,4 cm x 18 cm oder mehr aufweisen.

Dem ist der Beklagte in erster Instanz ohne Erfolg entgegengetreten. Seine Berufung führte zur Aufhebung des landgerichtlichen Urteils und zur Klagabweisung (OLG Dresden WRP 1998, 317).

Mit seiner - zugelassenen - Revision erstrebt der Kläger die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils. Der Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, daß spätestens mit Inkrafttreten der Berufsordnung der Bundessteuerberaterkammer vom 2. Juni 1997 (BOSTB, DStR 1997, Beihefter Nr. 26 v. 27.6.1997) am 1. September 1997 die angegriffene, zweimal erschienene Zeitungsanzeige nicht mehr als berufs- und wettbewerbswidrig nach § 1 UWG i.V. mit §§ 57, 57a StBerG und § 11 Abs. 1 BOSTB untersagt werden kann. Auf die zur Zeit der Anzeigenaufgabe geltenden Vorschriften des Berufsrechts der Steuerberater kommt es nicht an, weil der Kläger einen in die Zukunft gerichteten Unterlassungsan-

spruch erhebt (vgl. BGH, Urt. v. 30.3.1988 - I ZR 17/86, GRUR 1988, 767, 768 = WRP 1988, 607 - Ernährungsbroschüre).

1. Nach den §§ 57, 57a Abs. 1 StBerG ist einem Steuerberater Werbung nur erlaubt, soweit sie über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet und nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet ist. Das ist verfassungsrechtlich unbedenklich (BVerfG WRP 1996, 190, 191; BGH, Urt. v. 3.12.1998 - I ZR 112/96, GRUR 1999, 748, 749 = WRP 1999, 824 - Steuerberaterwerbung auf Fachmessen). Die gesetzgeberische Grundentscheidung der §§ 57, 57a StBerG ist inzwischen in das Satzungsrecht der Bundessteuerberaterkammer mit den §§ 10 ff. BOSTB übernommen und teilweise konkretisiert worden (vgl. BGH, Urt. v. 15.12.1997 - StbSt (R) 5/97, INF 1998, 351 = DStRE 1998, 154). In die Prüfung der Frage, ob das Werbeverhalten eines Steuerberaters das Sachlichkeitsgebot verletzt, sind auch diese verbandsrechtlichen Vorschriften einzubeziehen (BGH GRUR 1999, 748, 749 - Steuerberaterwerbung auf Fachmessen, m.w.N.). Die Regelung des § 11 Abs. 1 Satz 1 BOSTB stellt klar, daß Steuerberater auch in Anzeigen über ihre berufliche Tätigkeit sachlich unterrichten dürfen. In § 11 Abs. 1 Satz 3 BOSTB ist dazu ergänzend bestimmt, daß Anzeigen keine übertriebene, auffällige oder in sonstiger Weise reklamehafte Form haben dürfen. Durch § 61 BOSTB sind außerdem die Standesrichtlinien der Bundessteuerberaterkammer vom 24./25. Januar 1977 (RichtlStB) ausdrücklich aufgehoben worden. Der älteren Aufsichtspraxis der Bundessteuerberaterkammer zu Nr. 34 RichtlStB, Anzeigen oberhalb einer Maximalgröße von 10 x 12 cm oder 13 x 7 cm zu beanstanden (vgl.

Gilgan, INF 1998, 245, 247), ist damit der Boden entzogen. Auch eine strikte Größenbeschränkung von Anzeigen in der Tagespresse nach dem anlaßbezogenen Minimum, wie es aus Nr. 34 Abs. 1 Satz 1, Abs. 4 Satz 1 RichtlStB her-

geleitet wurde, ist durch die Abkehr vom Anlaßprinzip in § 57a StBerG überholt. Um die berufswidrige Anzeigenwerbung allgemein abzugrenzen, stellt § 11 Abs. 1 Satz 3 BOSTB nicht mehr auf bestimmte Anlässe und Maximalformate ab, sondern nur noch auf die Wirkung im Einzelfall, die sich aus dem Gesamteindruck der angesprochenen Verkehrskreise ergibt (vgl. BGH INF 1998, 351 = DStRE 1998, 154; GRUR 1999, 748, 749 - Steuerberaterwerbung auf Fachmessen; vgl. ferner zu § 43b BRAO BGH, Beschl. v. 26.5.1997 - AnwZ (B) 67/96, GRUR 1997, 765, 767 = WRP 1997, 949 = AnwBl. 1997, 562). Dies entspricht Sinn und Zweck von § 57a StBerG. Ob eine Anzeigenwerbung, die berufsrechtlich zur Sachlichkeit verpflichtet ist, übertrieben und reklamehaft wirkt, läßt sich allein aus der Größe eines Inserates nicht ableiten (BVerfGE 94, 372, 396). Der sehr allgemeine, nur auf das Anzeigenformat gerichtete Klagantrag ist demnach schon dann unbegründet, wenn der Anzeigenrahmen überhaupt mit einem auf die Berufstätigkeit hinweisenden Inhalt gefüllt werden könnte, der mit dem Sachlichkeitsgebot vereinbar ist.

2. Die Frage, ob die Presseanzeige eines Steuerberaters das Sachlichkeitsgebot verletzt, weil sie auf die angesprochenen Verkehrskreise nach ihrem Gesamteindruck übertrieben, auffällig oder in sonstiger Weise reklamehaft wirkt, ist in erster Linie der Würdigung des Tatrichters vorbehalten, wie auch die Revision im Grundsatz nicht verkennt.

Das Berufungsgericht hat dazu festgestellt, daß sich die Anzeige des Beklagten dem angesprochenen Verkehr als ein schlicht gestalteter und inhaltlich sachlich gehaltener Hinweis auf seine Existenz, sein Tätigkeitsgebiet und die Erreichbarkeit (Zeit, Ort, Fernsprechanchlüsse) darstelle. Das Publikum verstehe die Anzeige nicht als eine mit den Werbemethoden der gewerblichen Wirtschaft vergleichbare Anpreisung, die unter gezieltem Einsatz von ständig

fortentwickelten und deshalb nicht abschließend definierbaren Lockeffekten darauf angelegt sei, potentielle Interessenten von den Vorzügen eines Angebots zu überzeugen und entsprechend zu beeinflussen. Vielmehr habe die Anzeige für den Durchschnittsleser, auf dessen Sicht es für die Beurteilung ankomme, in erster Linie einen sachlich-informatorischen, wenn auch nicht anlaßbezogenen Charakter und werde als dem Berufsbild und Ansehen der Steuerberater in der Öffentlichkeit angemessen empfunden. Daran ändere die Größe der Anzeige nichts, die sich im Rahmen einer Gesamtwürdigung für den Charakter der Anzeige nicht als prägend erweise, ihr keine übertriebene oder auffällige Gestalt verleihe und auch nicht schon für sich genommen, etwa wegen Mißachtung des Verhältnismäßigkeitsgebots, als berufswidrig angesehen werden könne.

Die Revision rügt demgegenüber ohne Erfolg die Verletzung des Erfahrungssatzes, daß die Größe der Anzeige im halbseitigen Format mit erheblichen Freiräumen die Vorstellung erwecke, der Beklagte nehme im Kreise seiner Mitbewerber eine beherrschende Stellung ein; die Freiräume könnten aber auch den Eindruck einer offenen Haltung gegenüber den Ratsuchenden hervorrufen. Revisionsrechtlich ist nicht zu beanstanden, daß nach Ansicht des Berufungsgerichts die angegriffene Werbung weder durch die Größe der Anzeige noch durch die Größe im Zusammenwirken mit den inneren Freiflächen die Grenze formaler Sachlichkeit zur reklamehaften Form überschreitet.

Rechtsfehlerfrei ist zunächst die Annahme des Berufungsgerichts, daß die nach § 57a StBerG gebotene Sachlichkeit der Form (vgl. auch § 11 Abs. 1 Satz 3 BOSTB) nicht voraussetzt, daß die beanspruchte Anzeigenfläche das informationswesentliche Minimum nicht überschreitet. Auch größere Freiflächen innerhalb einer Anzeige sind für sich genommen noch kein genügender

Anhaltspunkt für eine Verletzung des formalen Sachlichkeitsgebotes. Eine in der Form sachliche, nicht reklamehaft übersteigerte Anzeigengestaltung wird jedenfalls noch nicht dadurch verlassen, daß eine Anzeige auch durch einen im Gesamteindruck noch ausgewogenen druckfreien Anteil der eingerahmten Fläche gefüllt ist. Es ist ferner nicht erfahrungswidrig, wenn das Berufungsgericht die Anzeige trotz ihrer Größe als schlicht und unaufdringlich beurteilt und ihr eine dem Berufsbild des Steuerberaters angemessene, zurückhaltende Werbewirkung beigemessen hat. Wie bereits dargelegt, läßt sich allein aus der Größe eines Inserates nicht ableiten, daß es sich mit dem Gebot der formalen Sachlichkeit in Widerspruch setzt. Halbseitige Inserate eines freiberuflich tätigen Steuerberaters in einem lokalen, kleinformatischen Anzeigenblatt, die angesichts des relativ niedrigen Anzeigenpreises von 100,-- DM nicht aus dem allgemeinen Rahmen fallen, erwecken bei den angesprochenen Verkehrskreisen auch noch nicht den Eindruck, daß der Werbetreibende zumindest örtlich eine führende Stellung einnehme. Das gilt um so mehr, wenn bei Prüfung etwaiger Reklamehaftigkeit gemäß § 11 Abs. 1 Satz 4 BOSTB auch berücksichtigt wird, daß die Anzeige des Beklagten im Abstand von zwei Monaten nur zweimal erschienen ist.

3. Auf die Angriffe der Revision gegen die Annahme des Berufungsgerichts, sämtliche in der Anzeige enthaltenen Informationen und die Wiedergabe des Logos im Anzeigenkopf seien mit § 57a StBerG vereinbar (vgl. auch BGH, Beschl. v. 24.6.1996 - NotZ 35/95, NJW 1996, 2733 zum Logo auf dem Briefbogen eines Anwaltsnotars), kommt es nicht an. Denn der Kläger wendet sich mit seinem Antrag nur gegen die Größe der Anzeige, nicht auch gegen deren Inhalt.

Die Revision ist danach auf Kosten des Klägers zurückzuweisen, § 97
Abs. 1 ZPO.

Erdmann

v. Ungern-Sternberg

Pokrant

Büscher

Raebel