

Der Ausschuss 2 bittet die Satzungsversammlung, in ihrer Sitzung am 26. Mai 2025 wie folgt zu beschließen:

I. Antrag

1. § 6 BORA Abs. 1 und 2 werden wie folgt neu gefasst:

„§ 6 BORA Werbung

(1) Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte dürfen nicht unsachlich oder unlauter und insbesondere nicht irreführend werben. In diesen Grenzen ist auch die Werbung um ein einzelnes Mandat zulässig.

(2) Werbung mit Mandaten oder Mandanten ist nur mit ausdrücklicher Einwilligung zulässig, auch wenn die Mandatsbeziehung nicht mehr der Verschwiegenheitspflicht unterliegt.“

2. Abs. (3) bleibt unverändert.

II. Begründung

1. Gesetzlicher Rahmen

1.1 § 6 BORA lautet in der derzeitigen Fassung wie folgt:

(1) Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte dürfen über ihre Dienstleistung und ihre Person informieren, soweit die Angaben sachlich unterrichten und berufsbezogen sind.

(2) Die Angabe von Erfolgs- und Umsatzzahlen ist unzulässig, wenn sie irreführend ist. Hinweise auf Mandate und Mandantschaft sind nur zulässig, soweit die Einwilligung ausdrücklich erklärt ist.

(3) Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte dürfen nicht daran mitwirken, dass Dritte für sie Werbung betreiben, die ihnen selbst verboten ist.

1.2 § 6 BORA steht in Zusammenhang mit § 43b BRAO. Kern des § 43b BRAO ist das **Sachlichkeitsgebot**. Anwaltliche Werbung darf – anders als die Werbung anderer Gewerbetreibender – also nicht marktschreierisch, emotionsbetont, reißerisch etc. sein.

1.3 Das in § 43b BRAO ebenfalls geregelte **Verbot der Einzelfallwerbung** ist von der Rechtsprechung zurückgeschnitten worden auf Fälle, in denen die Einzelfallwerbung anstößig ist („ambulance chasing“). Der sachliche Hinweis auf besondere Kompetenzen hingegen ist im Rahmen der Einzelfallwerbung zulässig, weil vorteilhaft für das rechtssuchende Publikum (BGH vom 13. November 2013 – I ZR 15/12 „Kommanditistenbrief“). Da § 43b BRAO damit in Teilen überholt ist, wird schon länger eine Novellierung gefordert (zuletzt Dahns, NJW-spezial 2025, 190).

- 1.4 Des Weiteren gilt für die anwaltliche Werbung – wie auch sonst für jede Werbung – das **UWG**. Insbesondere gelten das **Irreführungsverbot** (§ 5 UWG) und das **Verbot aggressiver (belästigender) Werbung** nach § 4a UWG.

2. Analyse des derzeitigen § 6 BORA

§ 6 BORA in seiner jetzigen Fassung ist dringend überarbeitungsbedürftig:

- 2.1 Die Norm ist als Erlaubnis formuliert, so als ob Anwälten Werbung an sich verboten wäre. Dabei ist heute anerkannt, dass das Recht zu werben schon aufgrund Art. 12 GG besteht. Es kann in der BORA also nur um **Grenzen** für Werbung gehen.
- 2.2 Das Wort „**berufsbezogen**“ in § 6 Abs. 1 BORA ist inhaltsleer. Ohnehin nicht in BRAO/BORA geregelt werden kann die Werbung des Anwalts für einen ausgeübten Zweitberuf, sei es als „Zweibänder“ oder ohne Zusammenhang mit der anwaltlichen Tätigkeit.
- 2.3 § 6 Abs. 2 Satz 1 BORA (**Umsatz- und Erfolgswahlen**) ist sinnfrei und überflüssig. Die dort angeordnete Rechtslage ergibt sich bereits aus dem UWG. Unabhängig davon erscheint es nicht sinnvoll, eine bestimmte Werbemaßnahme gesondert zu regeln.
- 2.4 Die derzeitigen Regelungen in Abs. 2 Satz 2 (Zustimmung des Mandanten) und Abs. 3 (Drittwerbung) erscheinen dagegen sinnvoll und sollten **beibehalten** werden.
- Der derzeitige § 6 Abs. 2 Satz 2 BORA (**Werbung mit Mandaten**) hat einen eigenen Anwendungsbereich. Zwar verbietet im Allgemeinen bereits die anwaltliche Verschwiegenheitspflicht die Offenlegung bestimmter Mandate oder Mandanten zu Werbezwecken. Hier wird aber überschießend geregelt, dass eine Werbung mit bestimmten Mandaten oder Mandanten auch dann ohne Zustimmung nicht erlaubt ist, wenn das Mandat öffentlich geworden ist, etwa durch JUVE-Meldungen oder Presseartikel, und damit die Verschwiegenheitspflicht geendet hat. Der derzeitige § 6 Abs. 2 Satz 2 BORA ist also so zu lesen, dass der Anwalt nicht gegen den Willen des Mandanten mit seiner Mandatsbeziehung oder dem konkret erteilten Mandat werben darf.
 - Fälle der **Drittwerbung** (§ 6 Abs. 3 BORA) betreffen etwa die Verteilung von Praxisbroschüren eines Rechtsanwalts für Verkehrsrecht durch eine Kfz-Werkstatt oder der Broschüren eines Fachanwalts für Erbrecht durch ein Bestattungsunternehmen.

3. Überlegungen zur Neuregelung

- 3.1 Die Satzungsversammlung hat keinen Spielraum für eine **konstitutive Regelung**. Alles, was nicht durch § 43b BRAO oder das UWG verboten ist, ist dem Anwalt erlaubt. Das ergibt sich schon aus Art. 12 GG.
- 3.2 Den **Begriff der „Sachlichkeit“** des § 43b BRAO in der BORA zu **konkretisieren**, erscheint kaum möglich und auch wenig sinnvoll. Angesichts der sich rasant wandelnden Werbemedien

würde jede Regelung schneller veralten als sie veröffentlicht ist. Auch würde vermutlich beim Versuch einer Präzisierung des Begriffs der „Sachlichkeit“ nichts anderes herauskommen als Leerformeln.

- 3.3 Damit ergeben sich aus Sicht des Ausschusses 2 eigentlich nur **zwei sachgerechte Alternativen**. Entweder man streicht § 6 BORA insgesamt. Oder man beschließt den vorgeschlagenen neuen § 6 BORA, der sich nur als „**Segelanweisung**“ versteht und die bestehenden gesetzlichen Beschränkungen des anwaltlichen **Werberechts** deklaratorisch zusammenführt. Im Ausschuss 2 gibt es für beide Alternativen Befürworter.

4. Einzelheiten des Vorschlags

- 4.1 § 6 Abs. 1 BORA n.F. ist als **Verbot** formuliert, nicht als **Erlaubnis**. Dadurch wird unterstrichen, dass es eine Selbstverständlichkeit ist, dass Anwälte für sich werben dürfen.
- 4.2 Es ist in § 6 BORA n.F. durchgehend von „**Werbung**“ statt wie bisher von „**Information**“ oder „**Hinweisen**“ die Rede.
- 4.3 § 6 Abs. 1 Satz 2 BORA n.F. übernimmt die Rechtsprechung des BGH aus der Entscheidung „Kommanditistenbrief“, auch das erscheint im Hinblick auf die „**Leitfadenfunktion**“ sinnvoll.
- 4.4 Der vorgeschlagene neue Abs. 2 entspricht dem bisherigen Abs. 2 Satz 2, jedoch wird jetzt konkret von „**werben**“ statt von „**hinweisen**“ gesprochen (s.o.).

III. Verhältnismäßigkeit

Bedenken im Hinblick auf die Verhältnismäßigkeit und die Vereinbarkeit mit Europäischem Recht (§ 59a Abs. 3 und 4 BRAO) bestehen nicht. Den Rechtsanwälten werden keine Beschränkungen, Verbote oder Pflichten auferlegt. Vielmehr werden lediglich die gesetzlichen Grenzen der Werbung, die sich aus § 43b BRAO sowie den Regelungen des UWG ergeben, zusammengeführt deklaratorisch dargestellt.

IV. Satzungscompetenz

Die Satzungscompetenz der Satzungsversammlung ergibt sich aus § 59a Abs. 2 Nr. 3 BRAO. Danach kann die Berufsordnung im Rahmen der Vorschriften der BRAO die „Werbung“ näher regeln.