

von Mag. iur Christoph Engel

OLG Frankfurt: Monopol für Werbung mit „rechtlicher Betreuung“ liegt nicht ausschließlich bei der Anwaltschaft

Nach einem aktuellen Urteil des OLG Frankfurt dürfen Personen, die rechtliche Betreuung im Sinne der §§ 1896 ff. BGB leisten, in der Regel auch mit diesem Begriff für ihre Dienste werben. Zwar kann für den Verbraucher die Unterscheidung zwischen Rechtsbetreuung und Rechtsberatung verwirrend sein; da jedoch das Gesetz ausdrücklich von „rechtlicher Betreuung“ spricht, haben die jeweiligen Anbieter ein berechtigtes Interesse daran, in der Werbung den korrekten Terminus zu verwenden.

Eine Anwaltskanzlei hatte einen Sozialarbeiter auf Unterlassung in Anspruch genommen, nachdem dieser in einem „Seniorenwegweiser“ mit der Kurzannonnce „Rechtliche Betreuung – Unterstützung und Sicherheit mit Qualität“ geworben hatte. Außer diesem Text enthielt die Annonce nur noch den Namen und die Kontaktdaten des Werbenden sowie seine Qualifikationen, nämlich Diplom-Sozialarbeiter und Heilpraktiker (Psychotherapie). Die Kläger argumentierten, dass das Monopol für rechtliche Beratung bei der Anwaltschaft liegt; da jedoch der breite Verkehr den Begriff „rechtliche Betreuung“ irrtümlich mit „rechtlicher Beratung“ gleichsetzt, sei die Werbung wettbewerbswidrig gem. § 5 UWG sei.

Ist sie nicht, entschieden erstinstanzlich das LG Darmstadt (11.12.2009, Az. 9 O 210/09) und in zweiter Instanz das [OLG Frankfurt/Main \(15.04.2010, Az. 6 U 30/10\)](#). Beide Gerichte wiesen darauf hin, dass der Beklagte durch Nennung seiner korrekten Qualifikationen gerade nicht den Anschein erweckte, Rechtsberatung im Sinne von anwaltlicher Beratung zu leisten. Im Urteil des OLG Frankfurt heißt es hierzu:

“

„Der Senat verkennt nicht, dass der Begriff der ‚rechtlichen Betreuung‘ nach allgemeinem Sprachverständnis durchaus im Sinne einer umfassenden Rechtsberatung verstanden werden kann. Damit ist die Gefahr nicht von der Hand zu weisen, dass Teile des angesprochenen Verkehrs diesem Begriff auch im Rahmen der streitgegenständlichen Anzeige die Fehldeutung beimessen könnten, der Beklagte biete eine solche umfassende Rechtsberatung an. Der Grad dieser Irreführungsgefahr wird [...] dadurch gemindert, dass der Beklagte zugleich auf seine beruflichen Abschlüsse als Diplom-Sozialarbeiter und Heilpraktiker hinweist. Da eine solche Ausbildung bekannter Weise nicht die Befähigung zur berufsmäßigen Rechtsberatung verschafft, wird zumindest ein großer Teil der Anzeigenleser erkennen, dass unter ‚rechtlicher Betreuung‘ offensichtlich etwas anderes gemeint sein muss.“

”

Zwar sei grundsätzlich noch die Gefahr einer Verwechslung gegeben; allerdings falle ein

Interessenvergleich zugunsten des „Betreuers“ aus:

“

„[Es] darf bei der Beurteilung jedoch nicht außer Betracht bleiben, dass das Bürgerliche Gesetzbuch in der Überschrift zu Buch 4, Abschnitt 3, Titel 2 (§§ 1896 ff.) den Begriff ‚Rechtliche Betreuung‘ für die vom Beklagten angebotene und erbrachte Tätigkeit verwendet. Die von der angegriffenen Werbung ausgehende Gefahr einer Fehlvorstellung ergibt sich daher lediglich daraus, dass eine der gesetzlichen Terminologie entsprechende und damit objektiv zutreffende Angabe von einem Teil des Verkehrs falsch verstanden wird. Auch in solchen Fällen ist zwar die Bejahung einer Irreführung im Sinne von § 5 UWG nicht von vornherein ausgeschlossen. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs [...] ist jedoch in diesen Fällen eine Abwägung zwischen dem Interesse des Werbenden an der Verwendung objektiv zutreffender Aussagen und dem Schutz des Verkehrs vor einer irreführenden Beeinflussung vorzunehmen. Diese Interessenabwägung fällt unter Berücksichtigung der Umstände des vorliegenden Einzelfalls zu Gunsten des Beklagten aus.“

”

Außerdem, so die Richter, habe der Beklagte in diesem Fall wenig Alternativen, um eine prägnante Werbebotschaft für sich zu erstellen:

“

„Jeder Gewerbetreibende hat ein anerkennenswertes Interesse daran, die von ihm angebotene Tätigkeit in der Werbung – insbesondere auch in kleineren Anzeigen, in denen eine nähere Darstellung nicht möglich oder unzweckmäßig wäre – durch ein griffiges Schlagwort zu beschreiben. Wählt er dazu [...] den im Gesetz ausdrücklich verwendeten Begriff, kann ihm dies unter Hinweis auf das Irreführungsverbot des § 5 UWG allenfalls unter besonderen Umständen untersagt werden. Solche Umstände könnten etwa darin liegen, dass von dem Begriff eine besonders intensive Irreführungsgefahr ausgeht und es dem Werbenden ohne weiteres möglich ist, einen anderen gleichwertigen, nicht irreführenden Begriff zu verwenden. Beide Voraussetzungen sind im vorliegenden Fall jedoch nicht erfüllt.“

”

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)