

Rechtsanwaltskanzlei
Recht§MAR(K)T

Rechtsanwaltskanzlei RechtSMAR(K)T,
Marktallee 53b 78456 Konstanz

per beA!
Landgericht Hannover
Volgersweg 65
30175 Hannover

Ulrike Werber
Rechtsanwältin
Fachanwältin für Medienrecht

Sergej Fährlich
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Arbeitsrecht
Fachanwalt für Handels-
und Gesellschaftsrecht

Klara Fall
Rechtsanwältin
Fachanwältin für Urheberrecht
Fachanwältin für Insolvenzrecht

Reiner Zufall
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Handels-
und Gesellschaftsrecht

Ernst Haft
Rechtsanwalt (bis 03/2019)

K L A G E

der Firma **Plakativo æd creativ GmbH**

ansässig im Grenzweg 55, 78462 Konstanz,
vertreten durch den Geschäftsführer, Herrn Wilhelm Zuviel,
geschäftsansässig ebenda,

- Klägerin -

Prozessbevollmächtigter:

Rechtsanwalt Sergej Fährlich, RechtSMAR(K)T,
Marktallee 53b, 78459 Konstanz

**Unser Zeichen:
3256/21- FÄH**

g e g e n

Konstanz, den 05.08.2021

die **Ares Law Rechtsanwälte PartG mbB**

ansässig im Volgersweg 98b, 30161 Hannover,
vertreten durch den vertretungsberechtigten Partner,
Herrn Ed Blocker, geschäftsansässig ebenda,

- Beklagte -

info@rechtsmarkt.de

Tel: 075321 887625123456
Fax: 075321 888 2244

Marktallee 53b
78456 Konstanz

wegen: Werklohnforderung

vorläufiger Streitwert: EUR 50.000,00

Namens und in Vollmacht der klagenden Partei erheben wir Klage vor dem Landgericht Hannover und werden in der mündlichen Verhandlung **beantragen**,

1. die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin EUR 50.000,00 nebst Zinsen in Höhe von neun Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 26.04.2021 zu zahlen;

2. die Klägerin von ihren außergerichtlichen Rechtsanwaltskosten in Höhe von EUR 851,35 freizustellen;

3. die Verhandlung im Wege der Bild- und Tonübertragung gem. § 128a Abs. 1 ZPO vorzunehmen.

Für den Fall, dass die Voraussetzungen vorliegen, beantragen wir,

gegen die Beklagte ein Versäumnisurteil gem. § 331 Abs. 3 ZPO zu erlassen.

Für den Fall des Obsiegens beantragen wir schon jetzt,

der klagenden Partei eine vollstreckbare Ausfertigung des in dieser Sache ergehenden Urteils zu erteilen.

Gemäß § 253 Abs. 3 S. 1 ZPO teilen wir ferner mit, dass der Klageerhebung kein Versuch einer Mediation oder eines anderen Verfahrens der außergerichtlichen Konfliktbeilegung vorausgegangen ist. Einem Güterichterverfahren gemäß § 278 Abs. 5 ZPO steht die Klägerin grundsätzlich offen gegenüber.

Einer Entscheidung durch den Einzelrichter stehen keine Gründe entgegen.

Begründung

A. Zum Sachverhalt

I. Zu den Parteien

- 1 Die Klägerin betreibt in der Rechtsform einer GmbH eine in Konstanz ansässige kommerzielle Werbeagentur. Sie bietet vor allem werbetechnische Beratungen inkl. Wettbewerbsanalysen an. Dazu bietet sie die Erstellung individueller Marketing-Kampagnen oder einzelner Werbedesigns an. Das Stammkapital der Klägerin beträgt EUR 100.000,00; eingeteilt in 100.000 Geschäftsanteile. Ihre Geschäftsanteile sind folgendermaßen aufgeteilt: Die Gesellschafterin Frau Ulrike Werber hält 45% der Geschäftsanteile (EUR 45.000,00; 45.000 Geschäftsanteile). Der Gesellschafter Herr Frank Reich hält 35% der Geschäftsanteile (EUR 35.000,00; 35.000 Geschäftsanteile). Die Gesellschafterin Frau Ann Hänger hält 20% der Geschäftsanteile (EUR 20.000,00; 20.000 Geschäftsanteile). Herr Wilhelm Zuviel wurde durch die Gesellschafter als Geschäftsführer eingesetzt.

Beweisangebote:

1. Auszug aus dem Gesellschaftsvertrag der Klägerin, **Bl. 6** der Fallakte¹
2. Werbeflyer der Klägerin, **Bl. 22**
3. Anhörung des Herrn Wilhelm Zuviel als Parteivertreter

- 2 Die Beklagte ist eine Rechtsanwaltskanzlei aus Hannover. Ihre Tätigkeitsschwerpunkte liegen im Straf-, Arbeits- und Verwaltungsrecht.

Beweisangebote:

1. Gesprächsnotiz zum Vertragsgespräch zwischen der Klägerin und der Beklagten, **Bl. 38**
2. Parteivernehmung des Herrn Ed Blocker und des Herrn Wilhelm Zuviel
3. Werbevertrag zwischen den Parteien, **Bl. 39 ff.**

¹ Alle weiteren Blattverweise sind der Fallakte zu entnehmen.

II. Zur Entstehung der Werklohnforderung

- 3 Die Beklagte wurde Ende 2020 durch einen Werbeflyer auf die Klägerin aufmerksam und bekundete ihr Interesse an der Modernisierung ihres Images. Gegenstand jener Modernisierung sollten die Social-Media-Kanäle, die Homepage sowie die Suchmaschinen-Optimierung sein.

Beweisangebot:

Gesprächsnotiz zum Vertragsgespräch zwischen der Klägerin und der Beklagten, **Bl. 38**

- 4 Die Beklagte wies in dem Vertragsgespräch unmissverständlich auf den Wunsch einer markanten und auffälligen Gestaltung der neuen Kampagne hin. Besonderes Augenmerk legte sie darauf, durch eine provokative Werbung die Aufmerksamkeit potenzieller Mandanten zu erregen. Infolgedessen beauftragte die Beklagte die Klägerin am 11.11.2020 mit der Erstellung ebendieser Werbekampagne.

Beweisangebote:

1. Gesprächsnotiz zum Vertragsgespräch zwischen der Klägerin und der Beklagten, **Bl. 38**
2. Werbeflyer der Klägerin, **Bl. 22**

- 5 Die Klägerin ließ der Beklagten einen Entwurf des angestrebten Werbevertrags zukommen. Explizit aufmerksam gemacht wurde die Beklagte dabei auf die Möglichkeit, Änderungswünsche zu äußern und in den Vertragsentwurf aufzunehmen:

“Falls Sie keine Änderungswünsche mehr zu dem Vertrag oder der Gesprächsnotiz haben, schicken Sie uns den Werbevertrag zum Vertragsabschluss unterschrieben zurück.”

Beweisangebote:

1. E-Mail der Beklagten an die Klägerin vom 11.11.2020, **Bl. 37**
2. Anhänge aus der E-Mail der Beklagten vom 11.11.2020, **Bl. 37**

- 6 Etwaige Änderungswünsche äußerte die Beklagte nicht. Stattdessen schickte die Beklagte den ihr übersandten Vertrag unterschrieben an die Klägerin zurück. Dadurch ist schließlich der streitgegenständliche Werbevertrag zwischen den Parteien zustande gekommen. Die Parteien sind seither über den Vertrag miteinander verbunden.

Beweisangebot:

Werbevertrag zwischen den Parteien vom 11.11.2020, **Bl. 39 ff.**

III. Vertragsausführung

- 7 Die Klägerin beendete fristgerecht die Konzeptentwicklung und begann im Anschluss mit der Umsetzung der Werbekampagne, um den Werbeerfolg zu verwirklichen.

Beweisangebote:

1. E-Mail der Klägerin an die Beklagte vom 04.01.2021, **Bl. 35**
2. "seafire-ordner" im Anhang der E-Mail der Klägerin vom 04.01.21, **Bl. 36**

- 8 Um den geäußerten Modernisierungswunsch der Beklagten effektiv erfüllen zu können, wurde ein Fotoshooting mit den angestellten Anwälten der Beklagten durchgeführt. Das Fotoshooting wurde dabei vollkommen nach den Wünschen und Vorstellungen der betreffenden Anwälte ausgestaltet. Auch bot die Klägerin der Beklagten zunächst die eigenständige Auswahl der passenden Bilder für ihre Werbekampagne an. Dieses lehnte sie jedoch bewusst ab und überließ der Klägerin die entsprechende Zusammenstellung der Bilder.

Beweisangebote:

1. E-Mail der Klägerin an die Beklagte vom 18.01.2021, **Bl. 33**
2. Anhang der E-Mail der Klägerin an die Beklagte vom 18.01.2021, **Bl. 33**

- 9 Die Beklagte machte ausdrücklich ihre Begeisterung über die Bilder deutlich. Die beim Fotoshooting anwesenden Rechtsanwälte der Beklagten waren von der Professionalität der Fotografen und dem Endergebnis überzeugt:

“Wir haben uns zusammen die bearbeiteten Fotos angeschaut und waren von den Endergebnissen hellauf begeistert.”

Beweisangebote:

1. E-Mail der Beklagten vom 19.01.2021, **Bl. 33**
2. Zeugnis der Frau Nike Nahtlos, der Frau Dr. Ellen Bogen, des Herrn Kay Ämpfer und des Herrn Bob Fahrer, zu laden über die Beklagte

- 10 Die ausgewählten Bilder wurden durch die Klägerin in die überarbeitete Homepage der Beklagten eingebaut. Insgesamt wurde das Erscheinungsbild und die Benutzerfreundlichkeit der Homepage von der Klägerin überarbeitet. Dabei sind wesentliche Strukturen der alten Homepage bestehen geblieben und lediglich modernisiert und vereinheitlicht worden. Im Anschluss wurde die Website für die Öffentlichkeit zugänglich online gestellt.

Beweisangebote:

1. Neue Homepage der Beklagten, **Bl. 26 ff., Bl. 32**
2. Alte Homepage der Beklagten, Stand: 02.12.2020, **Bl. 12**

IV. Reaktionen auf das Werbekonzept

1. Schreiben der Rechtsanwaltskanzlei JuraltLaw

- 11 Nachdem die Anwaltskanzlei JuraltLaw auf die Werbung der Beklagten aufmerksam wurde, schickte der dort tätige Herr Peter Konservativ am 02.03.2021 ein Schreiben an die Beklagte. Darin brachte er deutlich seine ablehnende Einstellung gegenüber neuartigen Werbemaßnahmen zum Ausdruck. Insbesondere befürchtete er eine wettbewerbstechnische Benachteiligung seiner eher traditionell aufgestellten Kanzlei. Daher bat er die Beklagte, die markanten Werbemittel an die seiner Auffassung nach bisher geltenden Standards anzupassen.

Beweisangebote:

1. Schreiben der JuraltLaw Kanzlei vom 02.03.2021, **Bl. 30**
2. Zeugnis des Herrn Peter Konservativ, zu laden über die Kanzlei JuraltLaw, Volgersweg 105b, 30161 Hannover

2. Missbilligende Belehrung durch die Rechtsanwaltskammer Celle

- 12 Am selben Tag noch erhielt die Beklagte von der Rechtsanwaltskammer Celle eine missbilligende Belehrung. Vorgeworfen wurde der Beklagten darin eine unsachliche, reißerische Werbung und eine ironische Darstellung der Anwaltstätigkeit. Infolgedessen soll es zu berufsrechtlichen Verstößen gegen Normen der BRAO und der BORA gekommen sein. Angeblich würde das Ansehen der Rechtsanwaltschaft dadurch beeinträchtigt werden, dass der Informationswert der Website völligst in den Hintergrund trete. Die auf der Website der Beklagten zu findende Gegnerliste habe statt eines informierenden einen diffamierenden Charakter. Schließlich wird der Beklagten vorgeworfen, aufgrund einer bloßen Formulierung auf der Website Selbstjustiz zu fördern.

Beweisangebot:

Belehrungsbescheid der Rechtsanwaltskammer Celle an die Beklagte vom 02.03.2021, **Bl. 23 ff.**

- 13 Wie aus der Rechtsmittelbelehrung, die dem Schreiben der Rechtsanwaltskammer beigelegt war, hervorgeht, bestand für die Beklagte die Möglichkeit, sich durch eine Klage beim Niedersächsischen Obergericht Celle gegen die missbilligende Belehrung zu wehren. Dabei wurde auf die einmonatige Frist der Klageerhebung hingewiesen.

Beweisangebot:

Beigelegte Rechtsmittelbelehrung der Rechtsanwaltskammer Celle vom 02.03.2021, **Bl. 25**

3. Unterrichtung der Klägerin über die Bemängelungen

- 14 Über diese partiell negativen Reaktionen setzte die Beklagte die Klägerin in Kenntnis. Auch unterrichtete sie die Klägerin von ihrer übereilten Stilllegung der Homepage zwischen dem dritten und vierten März. Sie forderte die Klägerin dazu auf, die Inhalte der deaktivierten Homepage gemäß der aufkommenden Kritik umgehend zu überarbeiten.

Beweisangebot:

E-Mail der Beklagten an die Klägerin vom 04.03.2021, **Bl. 20 f.**

- 15 Jegliche Vorwürfe konnten von der Klägerin unverzüglich zurückgewiesen werden. Sie wies die Beklagte darauf hin, dass sie allen geäußerten Wünschen nachgekommen ist. Nachweislich konnte so die von Anfang an beabsichtigte Aufmerksamkeitserregung bei potenziellen Mandanten erreicht werden. Für den Erfolg der Werbekampagne führte die Klägerin zahlreiche Beweise an. Die Deaktivierung der Homepage sowie die geforderte Überarbeitung der Kampagne wurde demgemäß für unangebracht erklärt.

Beweisangebote:

1. E-Mail der Klägerin an die Beklagte vom 08.03.2021, **Bl. 19 f.**

2. Bildschirmaufnahme des Social-Media-Auftritts der Beklagten vom 1.12.2020, **Bl. 15**

3. Bildschirmaufnahme des Social-Media-Auftritts der Beklagten vom 1.03.2021, **Bl. 31**

- 16 Ungeachtet dessen, dass die Klägerin jegliche Vorwürfe der Rechtsanwaltskammer unverzüglich und schlüssig zurückweisen konnte, ließ die Beklagte die Frist für die Klageerhebung gegen die missbilligende Belehrung verstreichen. Drei Wochen nach der Zurückweisung der Vorwürfe durch die Klägerin, und mithin einen Tag vor Vertragsende, meldete sich die Beklagte. Sie forderte die Klägerin ohne nähere Argumentation erneut zur Überarbeitung der Werbekampagne auf.

Beweisangebote:

1. E-Mail der Beklagten an die Klägerin vom 31.03.2021, **Bl. 19**

2. Werbeflyer der Klägerin, **Bl. 22**

- 17 Eine Antwort der Klägerin auf diesen letzten Versuch der Beklagten, sich ihrer Zahlungspflicht zu entziehen, war indes entbehrlich.

V. Ausbleiben der Lohnzahlung

- 18 Die Klägerin teilte der Beklagten kurz darauf mit, dass sie die Tätigkeit wie vereinbart fertiggestellt und beendet habe. Anliegend ließ sie ihr die Rechnung vom 05.04.2021 zukommen. Diese belief sich wie vereinbart auf:

EUR 50.000,00 inkl. Umsatzsteuer.

Beweisangebote:

1. E-Mail der Klägerin an die Beklagte vom 09.04.2021, **Bl. 13**
2. Rechnung der Klägerin an die Beklagte vom 05.04.2021, **Bl. 18**

- 19 Entgegen der anfänglichen Begeisterung über die Arbeit der Klägerin schien die Beklagte jedoch zunehmend unzufrieden mit ihrer misslichen Lage zu sein. Die Zahlung der Rechnung lehnte die Beklagte daher auch mehr als zwei Wochen nach ihrem Zugang ab.

Beweisangebot:

E-Mail der Beklagten an die Klägerin vom 26.04.2021, **Bl. 12**

- 20 Die Beklagte berief sich bei ihrer Zahlungsverweigerung darauf, dass die bisherige Arbeit der Klägerin gegen das anwaltliche Berufsrecht verstoße. Die Werbekampagne habe nach eigener Aussage weder zu den angeblich versprochenen Werbeerfolgen noch zu einer vermehrten Mandatsakquise geführt. Weiterhin habe es hauptsächlich negative Kundenresonanz gegeben, wofür jedoch keine Beweise genannt wurden. Mit dieser Argumentation lehnte die Beklagte eine Honorierung der Klägerin endgültig ab.

Beweisangebote:

1. E-Mail der Beklagten an die Klägerin vom 26.04.2021, **Bl. 12**
2. Gesprächsnotiz zum Vertragsgespräch zwischen der Klägerin und der Beklagten, **Bl. 38**

- 21 Zu diesen Vorwürfen bezog die Klägerin klar Stellung. Sie betonte, dass die angesprochenen Werbeerfolge, insbesondere eine quantitative Steigerung der

Mandate, nicht Bestandteil des Vertrags zwischen den Parteien gewesen seien. Das vereinbarte Werbekonzept wurde nachweislich professionell umgesetzt. Eine große Anzahl von Menschen wurde, wie gewünscht, auf die Beklagte aufmerksam gemacht. Die Homepage der Beklagten wurde seitens der Klägerin modernisiert. Im Zuge dessen wurde ein informatives Video für Website-Besucher erstellt, in dem die Tätigkeitsfelder der Beklagten dargestellt werden.

Beweisangebote:

1. E-Mail der Klägerin an die Beklagte vom 30.04.2021, **Bl. 11**
2. Screenshots der Werbeauftritte, **Bl. 14, Bl. 26 ff.**
3. Link zu dem Video auf der Homepage der Beklagten:
<https://seafire.projekt.uni-hannover.de/d/e4fd714204984c86a0f9/>

VI. Einschalten der Prozessbevollmächtigten

- 22 Nachdem jede Rechnungsbegleichung durch die Beklagte ohne nähere Begründung weiterhin ausblieb, wurde die nun Prozessbevollmächtigte durch die Klägerin mit der Sache betraut. Sie forderte die Beklagte am 01.06.2021 erneut auf, das vereinbarte Honorar in Höhe von EUR 50.000,00 zu zahlen. Weiterhin verlangte sie die Zahlung von Verzugszinsen.

Beweisangebot:

Brief der Prozessbevollmächtigten an die Beklagte vom 01.06.21, **Bl. 10**

- 23 Wiederum erst drei Wochen nach Erhalt der Zahlungsaufforderung durch die Prozessbevollmächtigte antwortete die Beklagte. Aufgrund ihrer plötzlichen Unzufriedenheit mit der Arbeit der Klägerin verweigere sie die Begleichung der ausstehenden Rechnung.

Beweisangebot:

Brief der Beklagten an die Prozessbevollmächtigten vom 21.06.21, **Bl. 3 f.**

- 24 Schließlich kritisierte die Beklagte in nicht nachvollziehbarer Weise den Umstand, dass Frau Ulrike Werber sowohl Gesellschafterin bei der Klägerin als auch Partnerin bei der die Klägerin vertretenden Kanzlei ist. Dies sei ihrem

Kenntnisstand nach unzulässig. Mit dieser Begründung forderte die Beklagte die anwaltliche Vertretung der Klägerin auf, von der Zahlungsaufforderung Abstand zu nehmen.

Beweisangebote:

1. Brief der Beklagten an die Prozessbevollmächtigte v. 21.06.21, **Bl. 3f.**
2. Auszug aus dem Gesellschaftsvertrag der Plakativo æd creative GmbH, **Bl. 6 f.**
3. Bildschirmaufnahme der Homepage der Prozessbevollmächtigten, **Bl. 5**
4. Anhörung der Frau Ulrike Werber

B. Rechtliche Würdigung

25 Die Klage ist zulässig und begründet.

I. Zulässigkeit der Klage

1. Zuständigkeit

26 Das Landgericht Hannover ist gemäß § 29 Abs. 1 ZPO örtlich und gemäß § 1 ZPO, §§ 23 Nr. 1, 71 Abs. 1 GVG sachlich zuständig, da sich der Wert der streitgegenständlichen Forderung auf EUR 50.000,00 beläuft und der Streitwert somit mehr als EUR 5.000,00 beträgt.

2. Partei- und Prozessfähigkeit

27 Die Klägerin ist als juristische Person parteifähig i.S.d. § 50 Abs. 1 ZPO. Die dafür notwendige Rechtsfähigkeit ergibt sich aus § 13 Abs. 1 GmbHG. Die GmbH selbst ist als juristische Person nicht prozessfähig. Sie wird gem. § 35 Abs. 1 S. 1 GmbHG von ihrem Geschäftsführer vertreten.

3. Postulationsfähigkeit

28 Die Beklagte muss sich anwaltlich vertreten lassen und ist gem. § 78 Abs. 1 S. 1 ZPO nur durch ihren Anwalt postulationsfähig. Das Landgericht ist sachlich zuständig. Die Klägerin erteilte ihrem jetzigen Prozessbevollmächtigten eine

umfassende Prozessvollmacht i.S.d. § 81 ZPO, die uns zur Vornahme aller den Rechtsstreit betreffenden Prozesshandlungen ermächtigt.

- 29 Soweit die Beklagte vorgerichtlich die Auffassung vertreten hat, dass eine wirksame Vertretung der Klägerin durch ihre jetzigen Prozessbevollmächtigten nicht möglich sei, ist dies unzutreffend, wie die nachstehenden Ausführungen zeigen werden.

a) Keine Anwendung von § 45 Abs. 1 Nr. 4 BRAO

- 30 Mit der Vertretung der Klägerin verstoßen die Prozessbevollmächtigten der Klägerin insbesondere nicht gegen § 45 Abs. 1 Nr. 4 BRAO. Die Norm verbietet einem Anwalt das Tätigwerden, wenn er in der derselben Angelegenheit bereits beruflich tätig war und die Tätigkeit noch nicht beendet ist.
- 31 Voraussetzung der Anwendung von § 45 Abs. 1 Nr. 4 BRAO ist ein berufliches Tätigwerden. Ein berufliches Tätigwerden i.S. dieser Norm von Frau Werber liegt hier allerdings gar nicht erst vor. Der von der Gegenseite angesprochene Umstand, dass sie bei einigen E-Mails als CC-Empfängerin aufgenommen war, ist aufgrund ihrer Stellung als Hauptgesellschafterin der Klägerin nicht zu beanstanden. Natürlich hat Frau Werber großes Interesse daran, welche Aktivitäten in ihrer Gesellschaft abgewickelt werden, gerade wenn es - wie es vorliegend der Fall ist - zu Problemen kommt. Datenschutzrechtliche Bedenken sind dabei nicht zu erkennen.
- 32 Zudem stellt die bloße Gesellschafterstellung der Frau Werber bei der Klägerin keine berufliche Tätigkeit i.S.v. § 45 Abs. 1 Nr. 4 BRAO dar. Eine Gesellschafterstellung ist kein Beruf. Ein Beruf ist nach allgemein anerkannter Definition jede auf Dauer angelegte Tätigkeit, die der Schaffung und Erhaltung einer Lebensgrundlage dient (v. Münch/Kunig/Kämmerer, Art. 12 GG, Rn. 27). Eine Gesellschafterstellung muss jedoch, wie im vorliegenden Fall, keineswegs eine Tätigkeit sein. Bereits das Wort "Tätigkeit" impliziert ein Tätigwerden, also eine aktive Handlung. Frau Werber mag zwar an Gewinnen der Gesellschaft beteiligt sein, hat jedoch in keiner Weise, insbesondere nicht im Zuge der

Werbekampagne, aktiv für die Klägerin gehandelt und ist auch nicht aktiv in deren Tagesgeschäft eingebunden. Das bloße Lesen von E-Mails als CC-Empfängerin kann dabei keine berufliche Tätigkeit begründen. Auch von der herrschenden Meinung wird stets **nur die Geschäftsführung** einer Gesellschaft als berufliche Tätigkeit i.S.d. § 45 Abs. 1 Nr. 4 BRAO angesehen (Bayerischer AGH, Urteil v. 27. März 2003 – BayAGH II-1/03; Weyland/*Träger*, § 45 BRAO, Rn. 29f.; Kilian/Koch, Rn. 865; Henssler/Prütting/*Kilian*, § 45 BRAO, Rn. 35a; Kleine-Cosack, § 45 BRAO, Rn. 28a; BeckOK-BRAO/*Jähne*, § 45 BRAO, Rn. 71-81).

- 33 Weiterhin bedarf die Anwendung des § 45 Abs. 1 Nr. 4 BRAO einer besonderen Beachtung der Berufsfreiheit nach Art. 12 Abs. 1 GG. Dementsprechend kann wohl kaum jede nicht-anwaltliche Vorbefassung ein Tätigkeitsverbot in selbiger Sache begründen. Der Sinn und Zweck dieser Regelung liegt vor allem in der Vermeidung von Interessenkollisionen zwischen der anwaltlichen Tätigkeit und der beruflichen Vorbefassung in gleicher Angelegenheit. Hiermit soll die anwaltliche Unabhängigkeit gewahrt werden. (Hartung/Scharmer/*Peitscher*, § 45 BRAO, Rn. 10; Weyland/*Träger*, § 45 BRAO, Rn. 2).
- 34 Da die Norm die Berufsfreiheit einschränkt, kann ein entsprechendes Tätigkeitsverbot nur bestehen, wenn eine solche Interessenkollision oder eine anderweitige Beeinträchtigung der anwaltlichen Unabhängigkeit tatsächlich vorliegt. Dafür müssten Weisungen oder Richtlinien des Vertragspartners aus dem Zweitberuf des Anwalts auf dessen anwaltliche Tätigkeit Einfluss nehmen (Henssler/Prütting/*Kilian*, § 45 BRAO, Rn. 35). Speziell wenn der Zweitberuf in selbstständiger Ausübung erfolgt, ist daher zu prüfen, ob der Rechtsanwalt in diesem Beruf rechtlich und tatsächlich einer richtungsgebenden Einflussnahme unterliegt (BVerfG, Beschluss v. 05. November 2001 - 1 BvR 1523/00; OLG Koblenz, Urteil v. 29. November 2006 - 1 U 44/06; Henssler/Prütting/*Kilian*, § 45 BRAO, Rn. 35; *Kleine-Cosack*, § 45 BRAO, Rn. 28f.; Gaier/Wolf/Göcken/*Bormann/Strauß*, § 45 BRAO, Rn. 38; Hartung/Scharmer/*Peitscher*, § 45 BRAO, Rn. 42). Eine solche Interessenkollision ist hier nicht gegeben. Frau Werber unterliegt aus ihrer Stellung als Gesellschafterin der Klägerin keinen Weisungen in Bezug auf ihre anwaltliche Tätigkeit. Eine Weisung ist eine verbindliche Bestimmung, welche

Tätigkeiten auszuführen oder zu unterlassen sind oder in welcher Weise der vereinbarte Auftrag durchzuführen ist (BeckOGK/Riesenhuber, § 665 BGB, Rn. 16). Dabei besteht zu keinem der anderen Gesellschafter der Klägerin ein Unterordnungsverhältnis. Somit besteht auch nicht die Möglichkeit, Frau Werber verbindlich die Ausführung von Tätigkeiten aufzutragen, erst recht nicht die Art und Weise, wie sie sie auszuführen hat. Insbesondere würde sich eine solche Weisungsabhängigkeit nicht auf den Beruf als Rechtsanwältin erstrecken.

- 35 Nachdem Frau Werber keinem Tätigkeitsverbot unterliegt, gilt dies auch im Hinblick auf § 45 Abs. 3 BRAO für die übrigen Kanzleiangehörigen der Prozessbevollmächtigten der Klägerin und auch für die Kanzlei als Ganzes.

b) Hilfsweise: Keine Zurückweisung nach § 156 Abs. 2 BRAO

- 36 Sollte das Gericht zu einer anderen Auffassung gelangen, so ist die Zurückweisung der Prozessbevollmächtigten der Klägerin jedenfalls nicht möglich.
- 37 Nach übereinstimmender Meinung in der Literatur und der Rechtsprechung führt ein Verstoß eines Anwalts gegen eines der Tätigkeitsverbote des § 45 BRAO nicht zur gesetzlichen Unwirksamkeit der Prozessvollmacht und der im Namen der Partei vorgenommenen Prozesshandlungen (BGH, Urteil v. 31. März 1993 - VIII ZR 91/92; OLG Schleswig, Urteil v. 18. Juni 2002 - 9 W 53/02; Weyland/Träger, § 45 BRAO, Rn. 42; Henssler/Prütting/Kilian, § 45 BRAO, Rn. 50; Hartung/Scharmer/Peitscher, § 45 BRAO, Rn. 83).
- 38 Auch eine Zurückweisung der hiesigen Kanzlei durch das Gericht entsprechend § 156 Abs. 2 BRAO ist nicht möglich. Eine andere Ansicht würde den Grund für die Schaffung der Rechtsanwaltskammern und der Anwaltsgerichtsbarkeit im Wesentlichen verkennen: Die institutionelle Berufsaufsicht (und gerade sie alleine) ist dafür zuständig, die Einhaltung anwaltlicher Berufspflichten zu überwachen. Selbst wenn die hiesige Kanzlei gegen ein Tätigkeitsverbot verstoßen würden, so könnte dies also nur über die Anwaltsgerichtsbarkeit geahndet werden. Dies ist allgemeine Ansicht (vgl. OLG Koblenz, Urteil

v. 11. Januar 2002 - 2 W 767/01; OLG Hamm, Urteil v. 17. Oktober 1988 - 8 U 58/88; Deckenbrock, AnwBl 4/2010, S. 221-229 (224) mwN.; Gaier/Wolf/Göcken, § 45 BRAO, Rn. 48; Henssler/Prütting/*Kilian*, § 45 BRAO, Rn. 51; Hartung/Scharmer/*Peitscher*, § 45 BRAO, Rn. 83).

II. Begründetheit der Klage

- 39 Die Klage ist zudem begründet. Die Klägerin hat gegen die Beklagte einen Zahlungsanspruch auf die noch ausstehende Vergütung für die vollständig erbrachte Werbekampagne in Höhe von EUR 50.000,00 gemäß § 631 Abs. 1 S. 2 BGB (Klageantrag zu 1., *sogleich unter 1.*) zuzüglich Verzugszinsen aus §§ 286, 288 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 BGB (Klageantrag zu 1., *sogleich unter 2.*). Darüber hinaus hat sie einen Anspruch auf Freistellung von vorgerichtlich entstandenen Rechtsanwaltskosten aus §§ 280 Abs. 2, 286 BGB (Klageantrag zu 2., *sogleich unter 3.*).

1. Anspruch auf Vergütung gemäß § 631 Abs. 1 S. 2 BGB

- 40 Die Klägerin hat einen Anspruch auf Zahlung der ausstehenden Vergütung in Höhe von EUR 50.000,00. Am 11.11.2020 vereinbarten die Parteien die Gestaltung eines Internetauftritts und schlossen somit einen Werkvertrag gem. § 631 BGB (vgl. BGH, Urteil v. 04. März 2010 AZ III - ZR 79/09, Rn. 16). Danach wird der Unternehmer zur Herstellung des versprochenen Werks, der Besteller zur Entrichtung der vereinbarten Vergütung verpflichtet. Die Vergütung ist gem. § 641 I 1 BGB fällig. Die dafür erforderliche Abnahme nach § 640 BGB seitens der Beklagten erfolgte bereits durch konkludente Freigabe des Werbekonzepts am 04.01.2021, spätestens jedoch durch die Aktivierung und Nutzung ihrer modernisierten Homepage. Mit Aktivierung der Homepage kann unter der Wertung aus Punkt III.1.3. S. 2 des Vertrags unterstellt werden, dass die Beklagte über Vorgänge auf ihrer Website ausreichend informiert ist. Sie hat zu jeglichen bespielten Plattformen uneingeschränkten Zugang.

a) Kein Leistungsverweigerungsrecht nach § 641 Abs. 3 BGB

- 41 Die Beklagte verweigerte auch nach mehrmaliger Aufforderung die Erbringung der Gegenleistung. Auch wenn sich die Beklagte auf das Leistungsverweigerungsrecht aus § 641 Abs. 3 BGB beruft, wird darauf hingewiesen, dass die Beklagte nicht berechtigt ist, die Vergütung zu verweigern, da keine Mängel vorliegen. Selbst wenn Mängel vorliegen würden, wäre die Beklagte jedenfalls nicht zur Einbehaltung der gesamten Vergütung berechtigt (vgl. § 641 Abs. 3 Hs. 1 BGB).

aa) Keine Verletzung von Vertragspflichten

- 42 Das Vorliegen von Mängeln ist schon deswegen zurückzuweisen, weil seitens der Klägerin keine vertraglichen Pflichten verletzt worden sind, die ein Leistungsverweigerungsrecht nach § 641 Abs. 3 BGB begründet könnten.
- 43 Die **rechtliche Prüfung** des neuen Werbeauftritts der Beklagten auf Aspekte des anwaltlichen Berufsrechts ist nicht als vertragliche geschuldete Pflicht der Klägerin anzusehen. Das folgt schon aus Punkt V. S. 3 des Werbevertrags. Auch erkennbar wird dies am Zweck der Gesellschaft. Gem. § 1 des Gesellschaftsvertrags ist der Zweck der Gesellschaft der Betrieb einer kommerziellen Werbeagentur. Nicht Teil der Zweckbestimmung ist es hingegen, Rechtsdienstleistungen zu erbringen.
- 44 Im Übrigen würde eine rechtliche Beratung durch die Klägerin gegen Vorschriften des RDG verstoßen, da sie keine Befugnis zur Vornahme jeglicher Rechtsdienstleistungen innehat. Die Klägerin gehört keiner der in den §§ 10 ff. RDG aufgezählten registrierten Personengruppen an, die zur Vornahme von Rechtsdienstleistungen i.S.d. § 2 I RDG befugt sind. Darüber hinaus ist die Erbringung von Rechtsdienstleistungen nicht als Nebenleistung zum Berufs- oder Tätigkeitsfeld der Klägerin i.S.d. § 5 Abs. 1 RDG zu qualifizieren. Eine Nebenleistung ist im vorliegenden Fall ausgeschlossen. Die Zusammenschau von *Inhalt, Umfang und sachlichem Zusammenhang der Haupttätigkeit* und den *Rechtskenntnissen der Dienstleisterin* lässt keinen Schluss darauf zu, dass eine

Rechtsdienstleistung auf irgendeine Art und Weise vertraglich geschuldeten war (vgl. *Deckenbrock/Henssler*, § 5 RDG, Rn. 27). Die Haupttätigkeit der Klägerin liegt lediglich in der gestalterischen Beratung und Konzepterstellung von Werbekampagnen.

- 45 Festzuhalten ist demgemäß, dass die Vereinbarung einer rechtlichen Prüfung durch die Klägerin wegen eines Verstoßes gegen ein gesetzliches Verbot ohnehin unwirksam wäre.
- 46 Sollte das Gericht wider Erwarten annehmen, dass eine rechtliche Prüfung durch die Klägerin doch geschuldet war, verweisen wir insbesondere auf die **Punkte I.1., III.2. und V. des Werbevertrags**. Auch danach ist eine Vertragspflichtverletzung auszuschließen.

(1) Punkt V. - Hinweispflicht bei erkennbaren Risiken

- 47 Nach *Punkt V. des Vertrags* ist die Klägerin verpflichtet, die Beklagte rechtzeitig auf für sie erkennbare rechtliche Risiken geplanter Werbemaßnahmen hinzuweisen. Eine tiefergehende rechtliche Überprüfung seitens der Klägerin wird indes ausgeschlossen (s. Rn. 43).
- 48 Ein berufsrechtliches Risiko der geplanten Werbemaßnahmen war für die Klägerin jedoch überhaupt nicht erkennbar. Als Verschuldensmaßstab ist lediglich **Fahrlässigkeit** anzunehmen. Für die Beurteilung, ob der Klägerin ein solches Verschulden bezüglich der Erkennbarkeit etwaiger Risiken vorzuwerfen ist, ist das Tätigkeitsfeld der Klägerin zu Grunde zu legen. Unmittelbar aus dem Vertrag wurde ausschließlich die Klägerin als juristische Person verpflichtet. Da diese über keinerlei vertiefte Rechtskenntnisse verfügt, konnte von ihr bestenfalls verlangt werden, *offensichtlich schwere Verstöße* gegen berufsrechtliche Normen zu erkennen. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass die Gesellschafterin Frau Ulrike Werber als Rechtsanwältin sehr wohl fachliche Kenntnisse vorzuweisen hat. Es ist indes nicht ersichtlich, dass die Klägerin die rechtliche Wertung der Kampagne fahrlässig verkannt hat.

49 Bei der Beklagten handelt es sich hingegen um eine Rechtsanwaltskanzlei, die zweifelsfrei über eine erhöhte Expertise auf dem Gebiet des anwaltlichen Berufsrechts verfügt. Dieser Umstand ist jeglichen Erwägungen der objektiven Vorhersehbarkeit und mithin des Verschuldens zu Grunde zu legen. Dem Verhalten der Beklagten ist zu entnehmen, dass sie selbst keine Zweifel bezüglich der berufsrechtlichen Konformität des Werbekonzepts hatte. Bis sie die missbilligende Belehrung der Rechtsanwaltskammer Celle erhielt, äußerte sie zu keinem Zeitpunkt auch nur ansatzweise berufsrechtliche Bedenken gegen die Werbemaßnahmen. Ganz im Gegenteil zeigte sie sich in der E-Mail vom 19.01.2021 über die Ausführung des Konzepts sichtlich begeistert. Dieser Umstand ist vor allem deswegen beachtlich, weil der Klägerin wohl kaum abverlangt werden kann, auf mögliche Verstöße gegen Normen des anwaltlichen Berufsrechts aufmerksam zu werden, wenn selbst eine Rechtsanwaltskanzlei diese übersieht. Es war der Klägerin schlichtweg unmöglich, Risiken berufsrechtlicher Verstöße zu erkennen.

(2) Punkt III.2. - Zurverfügungstellen von Inhalten durch den Kunden

50 Die Beklagte kann sich außerdem nicht darauf berufen, sie habe an einer etwaigen Berufsrechtswidrigkeit kein Mitverschulden. Die Klägerin hat bei der Gestaltung der Website weite Teile der früheren Werbekampagne der Beklagten übernommen. Hinzuweisen ist in diesem Zuge vor allem auf **Punkt III.2. des Werbevertrags**. Dadurch hat die Beklagte erklärt, dass jegliche von ihr zur Verfügung gestellten Texte und Logos nicht gegen geltendes Recht verstoßen.

51 Neben dem Logo war insbesondere das Motto der Werbekampagne, dass die Rechtsanwälte *“bis zum Schluss kämpfen und niemals aufgeben”*, schon vor Einschaltung der Klägerin richtunggebend auf der Website der Beklagten zu finden. Um diesen roten Faden weiter durch die Außendarstellung der Kanzlei zu ziehen, wurde das neue Werbekonzept darauf entsprechend angepasst. Die Klägerin durfte dabei billigerweise davon ausgehen, dass jene Inhalte ohne weiteres Hinterfragen übernommen werden durften.

- 52 Die Klägerin erfüllte auch hinsichtlich des erreichten Werbeerfolgs ihre vertraglich geschuldete Pflicht in vollem Umfang, weswegen sich die Beklagte auch nicht auf eine derartige Vertragsverletzung stützen kann. Aufgabe der Klägerin war es nicht, einen völligen Imagewechsel der Beklagten herbeizuführen. Die Beklagte beabsichtigte nachweislich nur die Modernisierung ihres Images. Aus den Vorbemerkungen zum Vertrag geht ausdrücklich hervor, dass Ziel der Beauftragung die *“Optimierung und Erweiterung des werblichen und kommunikativen Auftritts des Kunden”* war.

(3) Punkt I.1. - Keine unverzügliche Unterrichtung

- 53 Nach **Punkt I.1. des Vertrags** zwischen den Parteien muss bei Zweifeln an der Richtigkeit der Vorgehensweise die jeweils andere Partei *unverzüglich* unterrichtet werden. Dadurch, dass eine solche Unterrichtung durch die Beklagte über drei Monate lang ausblieb, wurde die Annahme der berufsrechtlichen Konformität seitens der Klägerin nur noch bestärkt.
- 54 Die Beklagte hat ihr Leistungsverweigerungsrecht vielmehr bereits verwirkt. Aus § 242 BGB ergibt sich, dass eine Inanspruchnahme der Klägerin gegen Treu und Glauben verstoßen würde. Die Beklagte hat von der Ausübung eines potenziellen Rechts über einen längeren Zeitraum keinen Gebrauch gemacht. Bei der Klägerin wurde durch dieses Verhalten der Eindruck erweckt, dass nicht mehr mit einer Inanspruchnahme zu rechnen sei. Sie ging rechtmäßigerweise davon aus, dass sich die Beklagte gegen den Verwaltungsakt in Gestalt der missbilligenden Belehrung durch die Rechtsanwaltskammer Celle wehren würde. Die Beklagte unterrichtete die Klägerin zwar vertragsgerecht über den Erhalt dieser missbilligenden Belehrung am 03.03.2021, jedoch ließ sie im Anschluss die Stellungnahme der Klägerin vom 04.03.2021 über drei Wochen unbeantwortet. Erst einen Tag vor Vertragsende, am 31.03.2021, meldete sich die Beklagte wieder bei der Klägerin und beschuldigte sie des Vertragsbruchs. Festzuhalten ist demnach, dass die Klägerin auch nicht wegen Verstoßes gegen die Punkte I.1., III.2. oder V. des Werbevertrags vertragsbrüchig geworden ist. Anderweitige Verstöße gegen Vertragspflichten sind ebenfalls auszuschließen.

bb) Keine Sachmängel gemäß § 633 Abs. 2 BGB

- 55 Die Beklagte kann sich ebenfalls nicht auf Sachmängel berufen, da die Werbekampagne zu keinem Zeitpunkt mangelhaft i.S.d. § 633 Abs. 2 BGB war. Ein Mangel würde für die Bestellerin der Werbekampagne voraussetzen, dass das Werk die vereinbarte Beschaffenheit nicht aufweist und die vertraglich vereinbarte Funktionstüchtigkeit nicht vorliegt (OLG Saarbrücken, Urteil v. 05. August 2020 – 1 U 111/19; BeckOGK/Preisser, § 633 BGB, Rn. 2; MüKoBGB/Busche, § 633 BGB, Rn. 7-11).
- 56 Die von der Beklagten vorgebrachte Untauglichkeit der Werbekampagne stellt allerdings gerade keinen Sachmangel dar, weil sowohl die vertraglich vereinbarte Beschaffenheit als auch die Funktionstüchtigkeit vorliegen. Verstöße gegen Normen des anwaltlichen Berufsrechts, insbesondere solche der BRAO und der BORA, liegen nicht vor.

(1) Keine Verstöße gegen anwaltliches Berufsrecht

- 57 Vorab festzustellen ist, dass sich die Werbebranche in einem stetigen Wandel befindet. Werbung muss sich seit jeher nicht nur der Weiterentwicklung der Gesellschaft, sondern auch den Veränderungen im Bereich der Kommunikation fortdauernd anpassen. So ist vornehmlich auf die notwendigen Anpassungen im Bereich der Massenkommunikationsmittel hinzuweisen. Dabei wird besonders deutlich, dass sich Werbekampagnen kontinuierlich fortentwickeln müssen, um dem Paradigmenwechsel der vergangenen Jahrzehnte standzuhalten. Etwas anderes kann nicht im Bereich der rechts- und wirtschaftsberatenden freien Berufe, wie der Rechtsanwaltschaft, gelten. Wie das Bundesverfassungsgericht bereits im Jahr 1997 in einer Entscheidung über die Briefkopfgestaltung eines Notars feststellte,

“[unterliegt das], was insoweit noch als üblich, als angemessen oder als übertrieben gewertet wird, [...] zeitbedingten Veränderungen. [...] Neuerungen müssen möglich sein. Es kann ihnen [...] nicht verwehrt sein,

ihre Außendarstellung den gewandelten Verhältnissen anzupassen.”
(BVerfG, Urteil v. 24. Juli 1997 - 1 BvR 1863/96)

- 58 Das Gericht ordnete damals die vorinstanzlichen Entscheidungen als eine Verletzung des Grundrechts aus Art. 12 Abs. 1 GG ein. Wenn es also selbst dem Notar als Träger eines öffentlichen Amtes möglich ist, sich dem Wandel der Werbung anzupassen, ist nicht ersichtlich, warum der Rechtsanwaltschaft eine solche Weiterentwicklung gänzlich vorzuenthalten sein sollte. Zwar betonte das Gericht damals, dass die Existenz von Normen über berufswidrige Werbemaßnahmen richtig und sinnvoll sei, jene jedoch verfassungskonform und gesellschaftlichen Entwicklungen angepasst ausgelegt werden müssten. Auch § 43b BRAO, der seit nunmehr 27 Jahren im Gesetz verankert ist, muss demnach aktuellen Ereignissen entsprechend ausgelegt werden und kann nicht weiterhin auf Vorstellungen und gesellschaftlichen Werten der 1990er Jahre beruhen. Auch der BGH machte in seiner Grundsatzentscheidung “Anwaltswerbung II” aus dem Jahre 2001 deutlich,

“[dass] Rechtsanwälten [...] die Werbung für ihre berufliche Tätigkeit im Grundsatz nicht verboten, sondern erlaubt ist. Dementsprechend bedarf nicht die Gestattung der Anwaltswerbung der Rechtfertigung, sondern deren Einschränkung.” (BGH, Urteil v. 01. März 2001 – I ZR 300/98 – Anwaltswerbung II)

- 59 Eine derartige Einschränkung der Werbemöglichkeiten der Beklagten ist vorliegend entschieden abzulehnen, da es keine Anhaltspunkte gibt, die einen etwaigen Eingriff rechtfertigen würden. Zugrunde zu legen ist dabei eine zeitgemäße und trotzdem verfassungskonforme Auslegung der Normen über anwaltliche Werbung.

(a) Kein Verstoß gegen § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA

- 60 Die Werbekampagne stellt insbesondere keinen Verstoß gegen das Sachlichkeitsgebot der anwaltlichen Werbung gem. § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA dar.

(aa) Hinsichtlich der Bilder und des Werbevideos

61 **Die Bilder und das Werbevideo** stellen anwaltliche Werbung in sachlicher Art und Weise dar und begründen keinen Verstoß gegen § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA. Die Verwendung der Bilder und des Videos auf der Internetseite der Beklagten soll allen voran der Präsentation der Anwälte und der Widerspiegelung der Kanzleiphilosophie dienen. Generell ist auch der Einsatz von Ironie und Sprachwitz grundrechtsfreundlich auszulegen, solange diese nicht zu Irreführungen auf Seiten der Rechtsuchenden führt (vgl. BVerfG, Beschluss v. 12. September 2001 - 1 BvR 2265/00).

Ebendieser Einsatz von gestalterischen, graphischen Mitteln ist auf modernen Internetseiten kaum wegzudenken und kann nicht ohne weiteres als Verstoß gegen das Sachlichkeitsgebot gewertet werden. Festzustellen ist, dass die absichtliche Verwendung von etwaigen Stilmitteln gleichermaßen Ausdruck einer bestimmten Einstellung ist wie die Nichtverwendung solcher Stilmittel. Es darf daher kein Nachteil für moderne Anwaltskanzleien entstehen, wenn sie sich dem Zeitalter der Digitalisierung anpassen und professionell erstellte Fotos und Videos zu Informationszwecken in ihre Außendarstellung einfügen. Im Zeitalter der Massenkommunikationsmittel ist es umso wichtiger, dem Betrachter auf den ersten Blick ins Auge zu fallen und ihm im Gedächtnis zu bleiben. Gerade in den Sozialen Medien entscheidet sich binnen Sekunden, ob der Betrachter sich näher mit dem Werbenden auseinandersetzen möchte oder nicht. Es liegt auf der Hand, dass aufmerksamkeitserregende und aussagekräftige Bilder verwendet werden müssen.

62 Darüber hinaus ist das Werbeverhalten stets aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise zu beurteilen (BGH, Urteil v. 03. Dezember 1998 - I ZR 112–96). Das Bundesverfassungsgericht stellte 1996 diesbezüglich passend klar,

“dass sich [die] Wahrnehmungsfähigkeit und Wahrnehmungsbereitschaft der Verbraucher und damit auch die Beurteilung der Frage, welche Werbung übertrieben ist, [durch zeitbedingte Veränderungen geändert hat].” (BVerfG, Beschluss v. 22. Mai 1996 - 1 BvR 744/88)

- 63 Wie die Verwendung solcher Bilder im Einzelnen auf den Rechtsuchenden wirkt, kann also keineswegs pauschal gesagt werden. Gerade eine Rechtsanwaltskanzlei, die ein jüngeres Publikum ansprechen will, muss sich den Herausforderungen der Ära der Informationsüberflutung stellen und auffallen. Dabei sind die "digital natives" schon längst an leicht überzogene und teilweise provokative Werbemittel gewöhnt, sodass ihnen durchaus zugemutet werden kann, die Werbebotschaften differenziert zu betrachten und nicht den tatsächlichen Aussagewert zu verkennen. Vielmehr nehmen sie es als ansprechend wahr und es entsteht durch die vermittelte Nähe ein erstes Gefühl der Vertrautheit. Durch diese Art der Imagewerbung gelingt es der Beklagten, ihr Bild in der Öffentlichkeit mitzubestimmen und sich an einen von ihr ausgewählten Adressatenkreis zu wenden (vgl. BVerfG, Beschluss v. 04. August 2003 - 1 BvR 2108/02). Dem potenziellen Mandanten ist es darüber hinaus stets selbst überlassen, ob er sich von dieser Art der Werbung angesprochen fühlt oder nicht. Eine Irreführung der Mandantschaft durch die Verwendung solcher Fotos oder Videos kann jedenfalls ausgeschlossen werden.

(bb) Hinsichtlich des Einsetzens von Slogans

- 64 Auch das **Einsetzen des Slogans "Immer am Gewinnen"** stellt keine Verletzung des Sachlichkeitsgebots aus § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA dar. Hierdurch wird dem Mandanten lediglich eine moderne Kanzleiphilosophie vorgestellt. Darüber hinaus hat die Klägerin, wie aus Punkt II. 1. des Werbevertrags mit der Beklagten deutlich zu entnehmen ist, im Vorfeld eine Marktanalyse durchgeführt. Ziel dieses aufwendigen Prozesses ist die Untersuchung und Bewertung von Zielgruppenstrukturen. Dabei werden detaillierte Kenntnisse darüber gewonnen, wo und wie Werbung im individuellen Fall ihre höchste Wirkung entfaltet. Im Ergebnis kann dem Werbenden so das Optimum an Werbeeffect geboten werden. Wie die Marktanalyse im Fall der Beklagten ergeben hat, bietet sich die Ausrichtung der Werbekampagne auf Instagram als Ergänzung zu den gängigen Plattformen und der Homepage an. Der beanstandete Slogan findet indes ausschließlich Anwendung auf dem Instagram-Account der Beklagten.

65 Instagram ist ein werbefinanzierter Onlinedienst zum Teilen von Fotos und Videos. Dabei nutzen aktiv rund 500 Millionen Menschen täglich dieses Angebot. Um in der Masse der Beiträge nicht unterzugehen und dem Betrachter schnell ins Auge zu fallen, ist es üblich, auf eine auffällige Gestaltung des Auftritts zurückzugreifen. Das relativ junge Publikum (Ø 29,22 Jahre, Stand: 2018) dieser Plattform ist dabei an diese Art von Darstellung gewöhnt, ohne dass dadurch Fehlvorstellungen von der Dienstleistung hervorgerufen werden würden. Durch algorithmische Berechnungen werden den Instagram-Nutzern auch Profile vorgeschlagen, die sie nicht eigeninitiativ gesucht haben. Die Berechnungen werten dafür Nutzerdaten hinsichtlich der Besuchsdauer der jeweiligen Profile und der Häufigkeit von Interaktionen aus. Nicht zuletzt deswegen ist es notwendig, für die Nutzer attraktive und interessante Beiträge zu gestalten. Sinn und Zweck der Instagram-Seite ist es, für einen erhöhten Wiedererkennungswert zu sorgen und nicht ein direktes Dienstleistungsangebot abzugeben. Dieser wird zur näheren Information stets auf die Homepage verwiesen.

(cc) Hinsichtlich der Aufforderung zur Selbstjustiz

66 Auch der Vorwurf, dass die Beklagte Rechtssuchende auffordern würde, Selbstjustiz zu betreiben, ist entschieden zurückzuweisen und lässt keinen Schluss auf einen Verstoß gegen §§ 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA zu.

67 Unter dem Reiter "Leistungen" auf der Website "lawares.de" kommt man zu der Rubrik "Wir als Nebenkläger". Hier wird die Darstellung von Polizisten und der darunter stehende Satz "*Planlos unter dem Helm*" kritisiert. Ferner werden die nebenstehenden Sätze "*Nehmen Sie die Sache selbst in die Hand. Oder besser noch, mandatieren Sie uns!*" als Aufforderung zur Selbstjustiz missverstanden.

68 Vorliegend ist kein Verstoß gegen das Berufsrecht festzustellen. Die oben beschriebene Darstellung von Polizisten führt nicht dazu, dass das Vertrauen in die deutschen Strafverfolgungsbehörden geschmälert wird. Bilder zu wählen, die bei potenziellen Mandanten Aufmerksamkeit erwecken, ist bei Werbekampagnen üblich. Die Aufmerksamkeit des Betrachters wird unmittelbar auf den fettgedruckten Slogan "*Oder besser noch, mandatieren Sie uns!*" gelenkt. Gerade

die unterschiedlich gewählte Deckkraft der Schrift verdeutlicht, dass hiermit gerade nicht zur Selbstjustiz aufgerufen werden soll, sondern eine Mandatserteilung erwünscht ist. Die Schrift der Sätze *“Planlos unter dem Helm”* und *“Nehmen Sie die Sache selbst in die Hand”* wird deutlich weniger auffallend auf der Website dargestellt als der Satz, der zur Mandatserteilung auffordert. Es wird deutlich, dass das einzige Interesse der Beklagten darin besteht, dem Betrachter durch rechtsstaatliche Mittel zu seinem Recht zu verhelfen. Die Vorstellung, dass einige Besucher der Website dadurch das Vertrauen in die Polizei verlieren könnten, ist abwegig. Die meisten Besucher von Anwaltsseiten sind auf der Suche nach Rechtsberatung und können durch dieses Angebot der Mandatserteilung von der Kanzlei überzeugt werden. So werden vor allem Rechtsuchende, die gegen polizeiliches Handeln vorgehen wollen, in ihrer Entscheidungsfindung bestärkt.

- 69 Es ist festzuhalten, dass kein Verstoß gegen § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA begründet worden ist.

(b) Kein Verstoß gegen § 43b BRAO i.V.m. § 7 Abs. 1 S. 2 BORA

- 70 Ein Untergraben des Systems der Fachanwaltschaft durch **Tätigkeitsbeschreibungen** wie *„Expertin für Dark-Net-Fälle“* oder *„Rechtsanwältin im Strafprozessrecht“*, wie von der Rechtsanwaltskammer beanstandet, liegt in keinem Fall vor. Eine solche Bezeichnung ist im konkreten Fall auch nicht wettbewerbswidrig i.S.v. §§ 8 Abs.1, 3, 3a, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG i.V.m. § 43b BRAO, § 7 Abs. 1 S. 2 BORA.

- 71 Die Bezeichnung *“Experte für...”* mag zwar einen werblichen Charakter haben und eine geschäftliche Handlung i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG darstellen. Jedoch wurde bereits mehrfach festgestellt, dass ein Anwalt eine solche Bezeichnung durchaus tragen darf, wenn er über besondere Kenntnisse verfügt, die über die eines Fachanwalts hinausgehen (so u.a. BGH, Urteil v. 05. Dezember 2016 - AnwZ (Bfmg) 31/14). Bereits 2004 hat zudem das Bundesverfassungsgericht in einer Entscheidung über die Bezeichnung eines Rechtsanwalts als *“Spezialist für*

Verkehrsrecht“ ein Verbot der Bezeichnung als Spezialist/Experte für unzulässig erklärt:

“Einem Rechtsanwalt [...] kann es - gerade auch bei Fehlen eines entsprechenden Fachanwalts für dieses Gebiet - nicht verwehrt werden, auf seinem Briefbogen die Bezeichnung „Spezialist [...]“ zu verwenden. Ein entsprechendes Verbot beeinträchtigt die freie Berufsausübung i.S. des Art. 12 GG.” (BVerfG, Beschluss v. 28. Juli 2004 - 1 BvR 159/04)

- 72 Die Bezeichnung als “Experte” ist durchaus legitim, denn die Anwälte der Beklagten verfügen nachweislich über dieses erforderliche, zusätzliche Wissen. Zudem stellte der BGH in einem vergleichbaren Fall fest, dass solche Bezeichnungen sogar dann noch erlaubt sind, wenn

“[...] beim rechtsuchenden Publikum die Gefahr einer Verwechslung mit der Bezeichnung “Fachanwalt [...]” besteht.” (vgl. BGH, Urteil v. 24. Juli 2014 - I ZR 53/13)

- 73 Eine Verwirrung der Rechtsuchenden durch den Titel “Spezialist” oder “Experte” könnte überhaupt erst bestehen, wenn unwahre Behauptungen über die Fachkenntnis eines Anwalts auf der Website der Beklagten zu finden wären. Wie bereits erwähnt, verfügen die Anwälte aber über das erforderliche Wissen, um solche Bezeichnungen verwenden zu können.

- 74 Es wäre äußerst unbillig, in diesem konkreten Fall den Anwälten diese Bezeichnung nicht zuzugestehen. Schließlich gibt es zum aktuellen Zeitpunkt nicht die Möglichkeit, einen Fachanwaltstitel in den Bereichen zu erwerben, in denen die Anwälte der Beklagten Spezialisierungen vorweisen können. Selbst wenn der Erwerb entsprechender Fachanwaltstitel möglich wäre, ist es unproblematisch, sich stattdessen “Spezialist” zu nennen (vgl. BGH, Urteil v. 24. Juli 2014 - I ZR 53/13).

(c) Keine Bindungswirkung des bestandskräftigen Verwaltungsakts

- 75 Auch die **missbilligende Belehrung der Rechtsanwaltskammer Celle** begründet nicht die Berufsrechtswidrigkeit der Werbekampagne. Die Kampagne war vor der missbilligenden Belehrung nicht berufsrechtswidrig und ist es durch ebendiese auch nicht geworden. Die rechtliche Wirkung der Belehrung geht vor Erlangung der Bestandskraft nicht über die einer bloßen Rechtsmeinung hinaus.
- 76 Die missbilligende Belehrung stellt, nachdem sie bestandskräftig geworden ist, einen in die Rechtsstellung des Rechtsanwalts eingreifenden Verwaltungsakt dar. Sie wirkt nur im Verhältnis zwischen der Rechtsanwaltskammer und den Anwälten der Beklagten. Zwar sind auch Konstellationen denkbar, in denen eine rechtliche Missbilligung den Regelungsinhalt eines präventiven Hinweises nicht übersteigt, jedoch ist im konkreten Fall der Beklagten nicht davon auszugehen. Die Rechtsanwaltskammer Celle erklärt vielmehr ein konkretes Verhalten aufgrund der angeblichen Verstöße gegen das Sachlichkeitsgebot gem. § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 für rechtswidrig. Überdies fordert sie die Beklagte explizit dazu auf, es zu unterlassen, die Website in dargestellter Form zu betreiben. Auch spricht eindeutig für einen Verwaltungsakt, dass dem Schreiben eine Rechtsmittelbelehrung beigefügt ist (BGH, Urteil v. 02. Juli 2018 - AnwZ (Brfg) 24/17). Das Schreiben der Rechtsanwaltskammer übersteigt daher in jedem Fall den Rahmen eines bloß präventiven Hinweises (vgl. BGH, Urteil v. 03. Juli 2017 – AnwZ (Brfg) 45/15) und stellt einen Verwaltungsakt dar. Der betroffene Rechtsanwalt kann im Wege einer Anfechtungsklage gegen diesen Verwaltungsakt vorgehen (Weyland/Kilimann, § 112c BRAO, Rn. 15). Die Beklagte ließ ihre Schadensminderungspflichten, die sich als Nebenpflichten dem Rechtsgedanken des § 242 BGB entnehmen lassen, hingegen gänzlich unbeachtet. Sie bemühte sich nicht darum, den Schaden von sich abzuwenden oder diesen zumindest gering zu halten. Auf die Erhebung einer Anfechtungsklage wurde seitens der Beklagten vollends verzichtet. Dieses Versäumnis ist allein der Beklagten zuzurechnen. Die Klägerin hat der Beklagten in der E-Mail vom 08.03.2021 genügend Anhaltspunkte geliefert, um die Möglichkeit wahrzunehmen, sich gegen den Verwaltungsakt zu wehren. Sie vertraute billigerweise darauf, dass die Beklagte Rechtsmittel gegen den

erlassenen Verwaltungsakt einlegen würde. Zweifelsfrei kann davon ausgegangen werden, dass sich die Beklagte, angesichts ihres Tätigkeitsfeldes, über die Bedeutung und Tragweite der dadurch entstandenen Bestandskraft im Klaren war. Die Beklagte setzte die Klägerin nicht darüber in Kenntnis, dass sie die Möglichkeit der Klageerhebung beim Niedersächsischen OLG Celle nicht wahrzunehmen beabsichtigte. Mithin versäumte die Beklagte selbstverschuldet jede Gelegenheit, Rechtssicherheit zu erlangen.

- 77 Die Tatsache, dass die Rechtsanwaltskammer in dem Internetauftritt einen Verstoß gegen § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA sieht, heißt nicht, dass tatsächlich ein Verstoß vorliegt. Der Verwaltungsakt entfaltet seine Wirkung darüber hinaus nur den Anwälten der Kanzlei gegenüber und nicht den Zivilgerichten.

(2) Kein Verstoß gegen Art. 2 Abs. 1 GG durch Veröffentlichung der Gegnerliste

- 78 Weiterhin kann das **Veröffentlichen einer Gegnerliste** keinen, wie von der Rechtsanwaltskammer Celle beanstandeten, Verstoß gegen das Persönlichkeitsrecht nach Art. 2 Abs. 1 GG oder ein Unternehmensrecht begründen. Ein "An-den-Pranger-Stellen" kann in solch einer Veröffentlichung schon gar nicht gesehen werden. Vielmehr soll es potenziellen Mandanten ermöglicht werden, sich einen Überblick über bereits absolvierte Verfahren zu verschaffen. Hierbei wird vor allem das berechtigte Informationsinteresse von Besuchern der Website und Rechtssuchenden bedient, die auf der Suche nach kompetenten Rechtsanwaltskanzleien sind. Das Bundesverfassungsgericht kam in einem ähnlichen Fall in Bezug auf das Veröffentlichen von Gegnerlisten auf anwaltlichen Internetseiten zu folgendem Entschluss:

"RAen ist es zur Außendarstellung grundsätzlich gestattet, eine Liste gegnerischer Mandanten auf ihrer Internetseite zu veröffentlichen, in der darauf verwiesen wird, gegen welche Unternehmen und Personen die Sozietät bereits mandatiert war." (BVerfG, Beschluss v. 12. Dezember 2007 - 1 BvR 1625/06)

(3) Keine Vereinbarkeit mit dem Grundgesetz

79 Darüber hinaus ist zu sagen, dass eine andere Wertung der o.g. Vorwürfe wegen Verstoßes gegen das anwaltliche Berufsrecht, nicht mit Art. 12 Abs. 1 GG zu vereinbaren wäre. Generell festzuhalten ist, dass die bloße Existenz des Sachlichkeitsgebots aus § 43b BRAO und § 6 Abs. 1 BORA trotz ihrer per se enthaltenen Einschränkungen der Art. 12 Abs. 1 GG und Art. 5 Abs. 1 GG grundsätzlich nicht verfassungsrechtlich zu beanstanden ist. Bei konkreter Anwendung ist jedoch auf eine verfassungskonforme Auslegung zu achten. Wie bereits ausgeführt ist bei dieser verfassungskonformen Auslegung besonderes Augenmerk auf die neuesten Entwicklungen der Werbebranche zu legen. Ebendiese Besonderheiten würden vorliegend jedoch missachtet werden, würde man einen Verstoß gegen anwaltliches Berufsrecht annehmen. Unstrittig ist, dass Art. 12 Abs. 1 S. 1 GG neben der Freiheit der Berufsausübung auch jede Tätigkeit schützt, die mit der Berufsausübung zusammenhängt und eben dieser dient. Darunter fällt auch die berufliche Außendarstellung der Grundrechtsberechtigten (vgl. BVerfG, Beschluss v. 11. Februar 1992, 1 BvR 1531/90; BVerfG, Beschluss v. 22. Mai 1996, 1 BvR 744/88). Daran, dass die BRAO als Bundesgesetz grundsätzlich dazu geeignet ist, eine gesetzliche Grundlage zur Einschränkung des Art. 12 Abs. 1 GG darzustellen, besteht kein Zweifel. Auch ist in § 59b Abs. 2 Nr. 1 Buchstabe d, Nr. 2 Buchstabe a, Nr. 3, Nr. 8 BRAO eine ausreichende Ermächtigungsgrundlage für die o.g. §§ 6, 7 BORA zu erkennen, die ohne entsprechende Legitimation nicht als gesetzliche Grundlage heranzuziehen wären. Die Verhältnismäßigkeit wäre im konkreten Fall hingegen nicht gewahrt. Es ist nicht einzusehen, dass so ein großer Eingriff in ein dermaßen hochrangiges Grundrecht dadurch gerechtfertigt sein sollte, dass eine Rechtsanwaltskanzlei sich dem Wandel der Werbung anpasst und so für ein Umdenken in der Branche zu sorgen versucht. Die angesprochenen Vorschriften der BRAO und der BORA (insbesondere § 43b BRAO und § 6 Abs. 1, § 7 Abs. 1 und Abs. 2 BORA) dienen grundsätzlich gewichtigen Belangen des Gemeinwohls. Sie sollen vorrangig dafür sorgen, dass die Unabhängigkeit des Rechtsanwalts als Organ der Rechtspflege gesichert und der Rechtssuchende vor Irreführungen gewahrt wird, die seine Entscheidung bei der Mandatierung

eines Rechtsbeistandes nachteilig beeinflussen könnten. Auch soll sein Informationsinteresse geschützt werden.

- 80 Die **Unabhängigkeit des Rechtsanwalts** als Organ der Rechtspflege soll insbesondere dadurch gesichert werden, dass der Rechtsanwalt nicht auf Werbemittel zurückgreifen darf, die mit seiner eigentlich Leistung nichts mehr zu tun haben und die das unabdingbare Vertrauensverhältnis zum Mandanten untergraben. Daher soll vor allem ein reklamehaftes Anpreisen der Dienstleistung vermieden werden (BVerfG, Beschluss v. 04. August 2003 - 1 BvR 2108/02). Es liegen keine Anhaltspunkte dafür vor, dass das Vertrauensverhältnis zu den Mandanten durch die Werbekampagne der Beklagten gestört werden könnte. Zwar ist zu sagen, dass es bislang nicht üblich war, sich als Rechtsanwalt auf Instagram und anderen sozialen Netzwerken zu bewegen und seine Dienstleistungen darüber "zu vermarkten", jedoch ist nicht ersichtlich, warum dadurch seine Unabhängigkeit gefährdet sein sollte. Wenngleich das Auftreten der Beklagten auf den genannten Plattformen auch einen werbetechnischen und somit einen kommerziellen Hintergrund hat, kann bei weitem nicht von einem "reklamehaften Anpreisen" der Dienstleistung gesprochen werden. Es wäre daher unangemessen, Rechtsanwälten zu verbieten, auf sozialen Netzwerken über ihr Dienstleistungsangebot zu informieren und sich gestalterisch den neuen Werbemaßnahmen anzupassen. Gerade in jüngeren Generationen trägt eine solche Imagewerbung nämlich gerade dazu bei, dass sich die Rechtssuchenden durch ähnliche Interessen verbunden mit den Anwälten fühlen und dem Bild der konservativen veralteten Rechtsanwaltschaft entgegengewirkt wird. So soll es den potenziellen Mandanten erleichtert werden sich für ihre Interessen einzusetzen und eine Mandatierung zu wagen. Durch die wahrheitsgemäße Widerspiegelung werden weder irreführende Informationen vermittelt, noch versucht sich die Beklagte über andere Mitstreiter zu stellen. Das Bundesverfassungsgericht stellte in einem Fall über Imagewerbung mit eigenen sportlichen Erfolgen der Rechtsanwältin fest, dass eine andere Wertung als diese bedeutet, dass das Gericht

“§ 43b BRAO eine Ermächtigungsgrundlage für eine weitergehende Begrenzung der Anwaltswerbung [entnimmt]; das widerspricht Art. 12 Abs. 1 GG.” (BVerfG, Beschluss v. 04. August 2003 - 1 BvR 2108/02)

- 81 Die **Gefahr der Irreführung** ist im konkreten Fall ebenfalls von der Hand zu weisen. Wie oben näher ausgeführt (s. Rn. 61 ff.), kommt es durch die von der Klägerin für die Beklagte aufgestellte Werbekampagne zu keinem Zeitpunkt zu Irreführungen der Rechtssuchenden. Allein aus dem Umstand, dass neuartige Werbeplattformen und nicht der FAO entsprechende Bezeichnungen genutzt oder Gegnerlisten veröffentlicht werden, ist nicht zu folgern, dass der potenzielle Mandant in die Irre geführt wird. Vielmehr kann gesagt werden, dass es für den Rechtssuchenden sehr wohl von Bedeutung für seine Entscheidung der Mandatierung sein kann, welche rechtlichen Kenntnisse und Vorerfahrungen der entsprechende Rechtsanwalt hat (BVerfG, Beschluss v. 04. August 2003 - 1 BvR 2108/02). So sollen Irreführungen geradewegs vermieden werden, damit der potenzielle Mandant anhand von vernünftigen und sachbezogenen Kriterien eine Entscheidung bezüglich seines künftigen Rechtsbeistandes treffen kann. Auch die Verwendung von Werturteilen über die eigene Kompetenz, kann nicht dem Irreführungsverbot entgegenstehen, solange das Sachlichkeitsgebot gewahrt wird. Von einem verständigen Rechtssuchenden kann vorausgesetzt werden, die Bedeutung solcher Werturteile richtig einzuschätzen und sich davon nicht in die Irre führen zu lassen (BVerfG, Beschluss v. 28. Februar 2003 - 1 BvR 189/03). Auch an dieser Stelle ist auf die Entwicklungen der Werbebranche und die daraus resultierenden neuen Bewertungsmaßstäbe hinzuweisen.
- 82 Ferner wird auch das **Informationsinteresse** des Rechtssuchenden nicht gefährdet, da alle für ihn wichtigen Informationen wahrheitsgemäß auf der Website der Beklagten zu finden sind. Dieses Informationsinteresse wird insbesondere nicht dadurch gefährdet, dass die Beklagte teilweise ironische Äußerungen trifft. Auch hier kann dem potenziellen Mandanten zugemutet werden, zwischen den Sprachwitzen und tatsächlichen Informationen über die Dienstleistung zu differenzieren (vgl. BVerfG, Beschluss v. 12. September 2001 - 1 BvR 2265/00).

- 83 Eine Sanktionierung auf Grundlage eines Verstoßes gegen anwaltliches Berufsrecht ist demnach wegen Verstoßes gegen Art. 12 Abs. 1 GG verfassungswidrig.

(4) Keine Verstöße gegen UWG

- 84 Andere Vorschriften des UWG sind schon deswegen nicht zu beachten, weil keine weiteren die Wettbewerbswidrigkeit begründenden Umstände vorliegen, die nicht im Rahmen der Verstöße gegen anwaltliches Berufsrecht nach BRAO und BORA widerlegt werden konnten (Weyland/Träger, § 43b BRAO, Rn. 10).

b) *Hilfsweise*: Keine Möglichkeit der Mängelbeanstandung

- 85 Aufgrund der Abnahme des Werks (s.o.) kehrt sich die Beweislast für etwaige Mängel um und die Beklagte hat zu beweisen, dass Mängel vorliegen (BGH, Urteil v. 23. Oktober 2008 - VII ZR 64/07). Des Weiteren ist davon auszugehen, dass die Beklagte Kenntnis über die vorgeworfenen Mängel hatte. Dies ergibt sich schon aus der erfolgten Abnahme. Da die Beklagte durchgehend Zugriff auf die Werbemaßnahmen hatte, könnte sie sich gem. § 640 Abs. 3 BGB nicht mehr auf Mängel berufen, selbst wenn diese vorliegen sollten. Es ist zumindest Tatsachenkenntnis gegeben. Von einer Rechtsanwaltskanzlei kann darüber hinaus auch die Kenntnis über die rechtliche Bedeutung dieser Tatsachen erwartet werden.

2. Verzugszinsen gem. §§ 286, 288 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 BGB

- 86 Die Klägerin hat gemäß §§ 286, 288 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 BGB gegen die Beklagte einen Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz ab Verzug, da sie ihre fällige Hauptleistungspflicht aus dem Werkvertrag nicht erfüllt hat. Der Verzug beginnt ab der ernsthaften und endgültigen Zahlungsverweigerung i.S.d. § 286 Abs. 2 Nr. 3 BGB vom 26.04.2021, sodass es keiner weiteren Mahnung der Klägerin gegenüber der Beklagten gem. § 286 Abs. 1 BGB bedurfte. Sowohl Kläger als auch Beklagte agierten als Unternehmer i.S.v. § 14 BGB.

3. Erstattung außergerichtlicher Anwaltskosten gem. §§ 280 Abs. 2, 286 BGB

- 87 Schließlich steht der Klägerin auch der mit dem Klageantrag zu 2. einhergehende Anspruch auf Freistellung von vorgerichtlich entstandenen Rechtsanwaltskosten gegenüber den jetzigen Prozessbevollmächtigten sowie einer entsprechenden Sicherheitsleistung gem. § 257 BGB zu. Die Beklagte befand sich mit dem Ausgleich der berechtigten Forderung der Klägerin in Verzug, nachdem diese mit E-mail vom 26.04.2021 eine Zahlung an die Klägerin verweigert hat. Dabei handelte es sich um eine ernsthafte und endgültige Zahlungsverweigerung im Sinne von § 286 Abs. 2 Nr. 3 BGB, so dass es keiner weiteren Mahnung der Klägerin gegenüber der Beklagten gem. § 286 Abs. 1 BGB bedurfte und die Klägerin sodann ihre jetzigen Prozessbevollmächtigten mit der zunächst außergerichtlichen Geltendmachung ihrer berechtigten Ansprüche beauftragen durfte.
- 88 Diese der Klägerin durch die vorgerichtliche Beauftragung ihrer jetzigen Prozessbevollmächtigten entstandenen Kosten hat die Beklagte der Klägerin gem. § 280 Abs. 1 BGB zu ersetzen. Da die Klägerin noch keine entsprechende Zahlung geleistet hat, stünde ihr somit ein Freistellungsanspruch gem. § 257 S. 1 BGB zu. Die Prozessbevollmächtigten haben der Klägerin noch keine Abrechnung erteilt, weshalb der Anspruch noch nicht fällig ist. Entsprechend hat die Beklagte Sicherheiten gem. § 257 S. 2 BGB zu leisten.

Die vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten berechnen sich dabei wie folgt:

Gegenstandswert: 50.000,- EUR

- 0,65-fache Geschäftsgebühr, §§ 2, 13 RVG, VV-Nr. 2300 RVG	831,35 EUR
- Porto- und Telekommunikationspauschale, VV-Nr. 7002 RVG	<u>20,00 EUR</u>
Zwischensumme (netto)	851,35 EUR
Umsatzsteuer (19%)	<u>0,00 EUR</u>
Gesamtbetrag	851,35 EUR

- 89 Unter Berücksichtigung der Anrechnungsvorschrift aus Vorbemerkung 2.3 Abs. 4 aus Anlage 1 zum RVG (Vergütungsverzeichnis = VV) wird hier nur die hälftige Gebühr in Ansatz gebracht.

- 90 Da die Klägerin vorsteuerabzugsberechtigt ist, wird zudem selbstverständlich nur der umsatzsteuerliche Nettobetrag geltend gemacht.

III. Antrag auf Verhandlung im Wege der Ton- und Bildübertragung gem. § 128a ZPO

- 91 Hiermit beantragen wir für die Aussagen von Frau Werber eine Verhandlung im Wege der Bild- und Tonübertragung gem. § 128a ZPO (Klageantrag zu 3.).

- 92 Frau Werber befindet sich in nächster Zeit, mithin auch zum Zeitpunkt der Verhandlung, aus privaten Gründen im Ausland. Somit wäre eine Teilnahme ihrerseits in Präsenz leider nicht möglich. Die Teilnahme von Frau Werber ist für den Prozess unentbehrlich. Gerade weil eine Prozessvertretung durch die jetzige Prozessbevollmächtigte wegen der Beteiligung von Frau Werber beanstandet wurde, sind ihre Aussagen maßgeblich für den Prozess und das Verständnis der internen Abläufe der Klägerin. In den nun mehr seit Kurzem aufgehobenen §§ 114 Abs. 3 ArbGG, 211 Abs. 3 SGG hatte der Gesetzgeber aus Gründen des Gesundheitsschutzes im Mai 2020 eine Ermessensreduzierung des Gerichts vorgesehen. Danach sollte das Gericht im Falle einer epidemischen Lage von nationaler Tragweite i.S.d. § 5 Abs. 1 InfSG den Parteien gestatten, im Wege der Bild- und Tonübertragung an einer Verhandlung teilzunehmen. Zwar mögen die genannten Paragraphen mittlerweile nicht mehr gelten, jedoch ergibt sich aus ihrer Einführung, wie auch der Einführung des § 128a ZPO, der eindeutige Wille des Gesetzgebers, die Verwendung von Videokonferenztechnik generell zu fördern.

- 93 Weiterhin sollte der angesetzte Termin auch nicht nach hinten verschoben werden, um so eine Teilnahme von Frau Werber zu ermöglichen. Die Rückkehr nach Deutschland von Frau Werber ist zum gegebenen Zeitpunkt nicht absehbar. Eine Ablehnung des Antrags nach § 128a ZPO würde das Verfahren somit nur unnötig verzögern. Das Gericht als Verfahrensbeteiligter ist zur Wahrung der Prozessmaximen, also auch dem Beschleunigungsgrundsatz angehalten. Gerade weil es um die Anhörung von Frau Werber geht und nicht etwa um eine Beweisaufnahme, bei der der persönliche Eindruck der Person wichtig sein könnte, bestehen zudem schlicht keine Bedenken gegen eine Anhörung von ihr

im Wege der Ton- und Bildübertragung. Schließlich bleibt noch anzumerken, dass unser Antrag nicht von der Zustimmung der Gegenseite abhängig ist (MüKoZPO/*Fritsche* ZPO § 128a Rn. 5; Musielak/*Voit/Stadler* ZPO § 128a Rn.2).

C. Zusammenfassung

- 94 Die Klage ist zulässig und begründet. Der Versuch der Beklagten, sich ihrer Zahlungspflicht zu entziehen, scheitert Angesichts der Abnahme des Werks und der deutlich kommunizierten Begeisterung. Das zunächst zum Ausdruck gebrachte Lob ist zudem absolut nicht verwunderlich. Die Beklagte hat genau die Werbekampagne bekommen, mit der sie die Klägerin beauftragte. Erst nach der Abnahme, als die Werbekampagne von Außenstehenden kommentiert wurde, verschwand für die Beklagte das positive Bild. Eindeutig vereinbart wurde zudem, dass die Beklagte die Klägerin auf etwaige Bedenken während der Erstellung der Kampagne hinzuweisen hat. Nicht nur, dass dies nicht geschehen ist, sondern auch der Umstand, dass die Beklagte ihr Recht auf Nacherfüllung bereits verwirkt hat, beseitigt jegliche Zweifel bezüglich des Anspruchs der Klägerin. Bedenken hinsichtlich der Berufsrechtskonformität der Werbekampagne sind als haltlos zurückzuweisen. Eine andere Wertung vermag indes verfassungswidrig zu sein.
- 95 ***Sollte das Gericht noch weiteren Sachvortrag oder das Angebot weiterer Beweise für erforderlich oder geeignet halten, wird bereits jetzt höflich um einen ausdrücklichen gerichtlichen Hinweis gemäß § 139 ZPO gebeten.***

Einfache und beglaubigte Abschrift anbei.

Mit freundlichen Grüßen



Sergej Fährllich, Rechtsanwalt

Anlagen:

Anlage 1 – Inhaltsverzeichnis

Anlage 2 – Literaturverzeichnis

Anlage 3 – Rechtsprechungsverzeichnis

Anlage 1 – Inhaltsverzeichnis

A. Zum Sachverhalt	3
I. Zu den Parteien	3
II. Zur Entstehung der Werklohnforderung	4
III. Vertragsausführung	5
IV. Reaktionen auf das Werbekonzept	6
1. Schreiben der Rechtsanwaltskanzlei JuraltLaw	6
2. Missbilligende Belehrung durch die Rechtsanwaltskammer Celle	7
3. Unterrichtung der Klägerin über die Bemängelungen	7
V. Ausbleiben der Lohnzahlung	9
VI. Einschalten der Prozessbevollmächtigten	10
B. Rechtliche Würdigung	11
I. Zulässigkeit der Klage	11
1. Zuständigkeit	11
2. Partei- und Prozessfähigkeit	11
3. Postulationsfähigkeit	11
a) Keine Anwendung von § 45 Abs. 1 Nr. 4 BRAO	12
b) <i>Hilfsweise</i> : Keine Zurückweisung nach § 156 Abs. 2 BRAO	14
II. Begründetheit der Klage	15
1. Anspruch auf Vergütung gemäß § 631 Abs. 1 S. 2 BGB	15
a) Kein Leistungsverweigerungsrecht nach § 641 Abs. 3 BGB	16
aa) Keine Verletzung von Vertragspflichten	16

(1) Punkt V. - Hinweispflicht bei erkennbaren Risiken	17
(2) Punkt III.2. - Zurverfügungstellen von Inhalten durch den Kunden.....	18
(3) Punkt I.1. - Keine unverzügliche Unterrichtung.....	19
bb) Keine Sachmängel gemäß § 633 Abs. 2 BGB	20
(1) Keine Verstöße gegen anwaltliches Berufsrecht	20
(a) Kein Verstoß gegen § 43b BRAO i.V.m. § 6 Abs. 1 BORA	21
(aa) Hinsichtlich der Bilder und des Werbevideos	22
(bb) Hinsichtlich des Einsetzens von Slogans	23
(cc) Hinsichtlich der Aufforderung zur Selbstjustiz	24
(b) Kein Verstoß gegen § 43b BRAO i.V.m. § 7 Abs. 1 S. 2 BORA.....	25
(c) Keine Bindungswirkung des bestandskräftigen Verwaltungsakts.....	27
(2) Kein Verstoß gegen Art. 2 Abs. 1 GG durch Veröffentlichung der Gegnerliste	28
(3) Keine Vereinbarkeit mit dem Grundgesetz	29
(4) Keine Verstöße gegen UWG	32
b) <i>Hilfsweise</i> : Keine Möglichkeit der Mängelbeanstandung.....	32
2. Verzugszinsen gem. §§ 286, 288 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 BGB	32
3. Erstattung außergerichtlicher Anwaltskosten gem. §§ 280 Abs. 2, 286 BGB	33
III. Antrag auf Verhandlung im Wege der Ton- und Bildübertragung gem. § 128a ZPO ..	34
C. Zusammenfassung.....	35

Anlage 2 – Literaturverzeichnis

- Bamberger, Heinz Georg**
Roth, Herbert
Hau, Wolfgang
Poseck, Roman
(Gesamtherausgeber)
- Beck'scher Online-Kommentar BGB,
54. Edition, Stand: 01.05.2021.
(zitiert: BeckOK BGB/*Bearbeiter*)
- Gaier, Reinhard**
Wolf, Christian
Göcken, Stephan
(Gesamtherausgeber)
- Anwaltliches Berufsrecht, Kommentar,
3. Auflage Köln 2020.
(zitiert: Gaier/Wolf/Göcken/*Bearbeiter*)
- Gsell, Beate**
Krüger, Wolfgang
Lorenz, Stephan
Reymann, Christoph
(Gesamtherausgeber)
- beck-online.GROSSKOMMENTAR
BGB, Stand: 01.02.2021.
(zitiert: BeckOGK BGB/*Bearbeiter*)
- Hartung, Wolfgang (Begr.)**
Holl, Thomas (Begr.)
Scharmer, Hartmut (Hrsg.)
- BORA/FAO, Berufs- und
Fachanwaltsordnung, Kommentar, 7.
Auflage, München 2020.
(zitiert: Hartung/Scharmer/*Bearbeiter*)
- Henssler, Martin (Hrsg.)**
Prütting, Hans (Hrsg.)
- Bundesrechtsanwaltsordnung,
Kommentar, 5. Auflage, München 2019.
(zitiert: Henssler/Prütting/*Bearbeiter*)

Kleine-Cosack, Michael

Bundesrechtsanwaltsordnung: BRAO,
Kommentar, 8. Auflage, München 2020.
(zitiert: Kleine-Cosack)

Feuerich, Wilhelm (Begr.) †
Weyland, Dag (Hrsg.)

Bundesrechtsanwaltsordnung,
Kommentar, 10. Auflage, München
2020.
(zitiert: Weyland/Bearbeiter)

Säcker, Franz Jürgen
Rixecker, Roland
Oetker, Hartmut
Limperg, Bettina
(Gesamtherausgeber)

Münchener Kommentar zum
Bürgerlichen Gesetzbuch, Band 6, 8.
Auflage, München 2020.
(zitiert: MüKoBGB/Bearbeiter)

Römermann, Volker (Hrsg.)

Beck'scher Online-Kommentar BRAO,
11. Edition, Stand: 01.05.2021.
(zitiert: BeckOK BRAO/Bearbeiter)

Kilian, Matthias
Koch, Ludwig

Anwaltliches Berufsrecht, 2. Auflage,
München 2018.
(zitiert: Kilian/Koch)

von Münch, Ingo (Begr.)
Kunig, Philip (Begr.)
Kämmerer, Jörn-Axel (Hrsg.)
Kotzur, Markus (Hrsg.)

Grundgesetz, Kommentar, Band 1, 7.
Auflage, München 2021
(zitiert: v.Münch/Kunig/Bearbeiter)

Musielak, Hans-Joachim (Hrsg.)
Voit, Wolfgang (Hrsg.)

Zivilprozessordnung, Kommentar, 18.
Auflage, München 2021
(zitiert: Musielak/Voit/Bearbeiter)

Rauscher, Thomas
Krüger, Wolfgang

Münchener Kommentar zur
Zivilprozessordnung, Band 1, 6.
Auflage, München 2020
(zitiert: Rauscher/Krüger/*Bearbeiter*)

Jauernig, Othmar (Begr.) †
Stürner, Rolf (Hrsg.)

Bürgerliches Gesetzbuch, Kommentar,
18. Auflage, München 2021
(zitiert: Jauernig/*Bearbeiter*)

Deckenbrock, Christian (Hrsg.)
Henssler, Martin (Hrsg.)

Rechtsdienstleistungsgesetz,
Kommentar, 5. Auflage 2021, München
2021
(zitiert:
Deckenbrock/Henssler/*Bearbeiter*)

Anlage 3 – Rechtsprechungsverzeichnis

Gericht und Datum der Entscheidung

Aktenzeichen

Bundesverfassungsgericht

Beschluss v. 18. Juli 1979	2 BvR 488/76
Beschluss v. 11. Februar 1992	1 BvR 1531/90
Beschluss v. 22. Mai 1996	1 BvR 744/88
Urteil v. 24. Juli 1997	1 BvR 1863/96
Beschluss v. 12. September 2001	1 BvR 2265/00
Beschluss v. 05. November 2001	1 BvR 1523/00
Beschluss v. 28. Februar 2003	1 BvR 189/03
Beschluss v. 04. August 2003	1 BvR 2108/02
Beschluss v. 12. Dezember 2007	1 BvR 1625/06

Bundesgerichtshof

Urteil v. 19. März 1993	V ZR 36/92
Urteil v. 31. März 1993	VIII ZR 91/9
Urteil v. 03. Dezember 1998	I ZR 112–96

Urteil v. 01. März 2001	I ZR 300/98
Urteil v. 12. Dezember 2006	VI ZR 224/05
Urteil v. 23. Oktober 2008	VII ZR 64/07
Urteil v. 17. April 2009	VII ZR 164/07I
Urteil v. 24. Juli 2014	ZR 53/13
Urteil v. 05. Dezember 2016	AnwZ (Bfmg) 31/14
Urteil v. 03. Juli 2017	AnwZ (Bfmg) 45/15
Urteil v. 02. Juli 2018	AnwZ (Bfmg) 24/17

Oberlandesgerichte

OLG Hamm, Urteil v. 17. Oktober 1988	8 U 58/88
OLG Koblenz, Urteil v. 11. Januar 2002	2 W 767/01
OLG Schleswig, Urteil v. 18. Juni 2002	9 W 53/02
OLG Koblenz, Urteil v. 29. November 2006	1 U 44/06
OLG Saarbrücken, Urteil v. 05. August 2020	1 U 111/19

Anwaltsgerichtshöfe

Bayrischer Anwaltsgerichtshof, Urteil v. 27. März 2003	BayAGH II-1/03
--	----------------