

DACH
Europäische Anwaltsvereinigung e.V

Anwaltswerbung und -marketing

17. Tagung in Nürnberg vom 18.-20. September 1997

Mit Beiträgen von:

Rechtsanwalt Dr. Wilfried Aichinger, Villach
Rechtsanwalt Anton Braun, Bonn
Rechtsanwältin Dr Gabriele Herberstein,
Prof. h.c. (BG) Dr univ (H), Wien und Düsseldorf
Rechtsanwalt Karl Josef Hier, Vaduz
Rechtsanwalt Dr Heinz H. Löber, Wien
Rechtsanwältin lic. iur Maya Stutzer, Zürich
Klaus J. Stöhlker, Zollikon-Zürich

1999

olls
Verlag
Dr. Otto Schmidt
Köln

Schulthess
Polygraphischer Verlag Zürich

Inhalt

Vorwort

Anton Braun

Rechtsanwalt, Bonn

Marketingstrategien für Rechtsanwälte	1
I. Einleitung	1
II. Rechtslage	6
III. Werbebeispiele	29
IV. Ausblick	36

Dr. Wilfried Aichinger

Rechtsanwalt, Villach

Anwaltliches Marketing: Bestandteil unternehmerischer Tätigkeit?	39
I. Einleitung	39
II. Überblick	39
III. Anwalt & Marketing	40

Dr. Gabriele Herberstein, Prof. h. c. (BG) Dr. univ (H)

Rechtsanwältin, Wien und Düsseldorf

Rechtsanwälte und der Umgang mit Werbung - was ist erlaubt bzw. was verboten? Eine Zielgruppe im Media-Business?	49
A. Österreich	50
I. Rechtliche Grundlagen	50
II. Sog. „Werberichtlinie“	52
III. Judikatur	57
IV. Tendenz und Zukunft	59
V. Literatur und Zahlen	60
B. Deutschland	62

I. Rechtliche Grundlagen	62
II. Konkrete Regelungen.	64
III. Judikatur.	71
C. Eine Zielgruppe im Media-Business?	73
I. Die größten überörtlichen Kanzleien für Kartell- und Wettbewerbsrecht	76
II. Strukturdaten.	77
III. Trends.	77
IV. Mögliche Probleme bei der Umsetzung	77
V Denkbare Lösungen dieser Probleme.	78
VI. Fazit.	78

lic. jur. Maya Stutzer
Rechtsanwältin, Zürich

Der Anwalt zwischen Werbung und Würde	79
I. Rahmenbedingungen des Werberechts für Schweizer Anwälte.	79
II. Konkrete Beispiele von Verbandswerbung und Werbung einzelner Anwälte.	84
III. Zur bisherigen Rechtsprechung.	92
IV Zum neuen Wettbewerbsrecht.	95
V Werbung und Würde, zwei Antipoden?	95
Fazit	102

Dr. Heinz H. Löber
Rechtsanwalt, Wien

Individuelles Marketing und Gemeinschaftswerbung am Beispiel Österreichs.	103
I. Ausgangslage.	103
II. Hemmnisse für Gemeinschaftswerbung/ Öffentlichkeitsarbeit	104
III. Grundsätzliche Erfahrungen und Lösungsansätze.	105
IV Umsetzung der Ergebnisse des Wettbewerbs.	108
V Zusammenfassung und Ausblick.	112

Klaus J. Stöhlker

Unternehmensberater für Öffentlichkeitsarbeit, Zollikon-Zürich

Möglichkeiten des Anwalts-Marketings aus der Sicht

eines Praktikers - das kleine und das grosse Rad 113

- I. Die Situation. 113
- II. Welche Elemente prägen den Marktauftritt 116
- III. Die neue Kommunikation der Anwälte. 116

Dr. Karl Josef Hier

Rechtsanwalt, Vaduz

Rechtsanwälte und Werbung - eine Analyse nach

liechtensteinischem Recht 121

- I. Markt und Wettbewerb in Liechtenstein. 121
- II. Quellen des Werberechtes. 124
- III. Rechtsqualität der SRL. 125
- IV. Werbefreiheit und -beschränkung nach Art. 27 RAG. 128
- V. Gebot der Berufsbezogenheit 129
- VI. Gebot der Interessebezogenheit 131
- VII. Verbot der Reklamehaftigkeit 131
- VIII. Werbung durch Dritte. 133
- IX. Werbung durch Qualität der Arbeit 134
- X. Kasuistik der SRL. 135
- XI. Verfahren bei Verletzung werberechtlicher Vorschriften... 137
- XII. Strafen bei Verletzung werberechtlicher Vorschriften 138
- XIII. Persönliche Geltung des Werberechtes. 139
- XIV. Territoriale Geltung des Werberechtes. 139