

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

Verlag
Dr. Otto Schmidt
Köln

Schulthess
Polygraphischer Verlag Zürich

Inhalt

Vorwort	V
-------------------	---

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

Inhalt

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	; i.
II. Strukturdaten	77	
III. Trends	77	l
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	\ f
III. Zur bisherigen Rechtsprechung	92	!
IV. Zum neuen Wettbewerbsrecht	95	\
V. Werbung und Würde, zwei Antipoden?	95	f
Fazit	102	J i i

Dr. Heinz H. Löber

Rechtsanwalt, Wien

Individuelles Marketing und Gemeinschafts Werbung

am Beispiel Österreichs	103	l j
I. Ausgangslage	103	j
II. Hemmnisse für Gemeinschaftswerbung/ Öffentlichkeitsarbeit	104	: [
III. Grundsätzliche Erfahrungen und Lösungsansätze	105]
IV. Umsetzung der Ergebnisse des Wettbewerbs	108	f
V. Zusammenfassung und Ausblick	112	J t

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