

# **BGE 123 I 12**

Bundesgericht (BGE), 1997-02-12, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge\\_123 I 12](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge_123_I_12)

FR: ATF 123 I 12

IT: DTF 123 I 12

## **Regeste**

Regeste Art. 31 BV, Art. 10 EMRK; § 7 Abs. 2 und § 8 Abs. 1 des Zürcher Gesetzes vom 3. Juli 1938 über den Rechtsanwaltsberuf; Missachtung des Verbots aufdringlicher Werbung und der Pflicht, klare Rechtsverhältnisse zu schaffen. Verfassungsrechtliche Zulässigkeit von Werbebeschränkungen für Rechtsanwälte (E. 2a): Den Kantonen ist es erlaubt, aufdringliche und irreführende Werbung zu untersagen. Reklame mit übertriebenen Behauptungen und plakativem Herausstellen des eigenen Angebots kann als solche gelten (E. 2b u. c). Die Pflicht, klare Rechtsverhältnisse zu schaffen, ist im Zürcher Anwaltsrecht auch bei der Reklame zu beachten (E. 2d). Tragweite von Art. 10 EMRK (E. 2e).

## **Erwägungen**

### **E. 2**

a) Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichts steht der Anwalt unter dem Schutze der Handels- und Gewerbefreiheit, ebenso wie die Angehörigen anderer liberaler Berufe und alle übrigen Personen, die einer privatwirtschaftlichen Erwerbstätigkeit nachgehen; geschützt ist sowohl die selbständige wie auch die unselbständige Berufsausübung ( BGE 119 Ia 374 E. 2a S. 375; BGE 113 Ia 279 E. 1 S. 282, mit Hinweisen). Art. 31 Abs. 1 BV gewährleistet im Rahmen der Bundesverfassung die Handels- und Gewerbefreiheit, behält indes in Abs. 2 "kantonale Bestimmungen über die Ausübung von Handel und Gewerben" vor; diese dürfen ihrerseits jedoch den Grundsatz der Handels- und Gewerbefreiheit nicht beeinträchtigen. Unzulässig sind wirtschaftspolitische oder standespolitische Massnahmen, die den freien Wettbewerb behindern, um gewisse Gewerbebezüge oder Bewirtschaftungsformen zu sichern oder zu begünstigen. Zulässig sind dagegen andere im öffentlichen Interesse begründete Massnahmen, wie namentlich polizeilich motivierte Eingriffe zum Schutz der öffentlichen Ordnung, Gesundheit, Sittlichkeit sowie von Treu und Glauben im Geschäftsverkehr oder sozialpolitisch begründete Einschränkungen. Diese bedürfen einer gesetzlichen Grundlage, müssen durch ein überwiegendes öffentliches Interesse gerechtfertigt sein und den Grundsatz der Verhältnismässigkeit sowie der Rechtsgleichheit (namentlich im Sinne der Wettbewerbsneutralität) wahren ( BGE 121 I 129 E. 3b S. 131 f.; BGE 118 Ia 175 E. 1 S. 177, je mit Hinweisen). BGE 123 I 12 S. 16 b) Gemäss § 7 Abs. 2 AnwG enthält sich der Rechtsanwalt aufdringlicher Empfehlung. Der Beschwerdeführer räumt ein, dass damit eine gesetzliche Grundlage insoweit bestehe, als die Form der Werbung nicht "reisserisch" sein dürfe. Hingegen könne sich eine Inhaltskontrolle der Werbung nicht auf das Gesetz stützen. Die Werbung sei nicht mehr oder weniger aufdringlich, je nachdem ob ihr Inhalt richtig oder falsch sei. Es trifft zu, dass die Aufsichtskommission Form und Aufmachung des Faltblatts nicht beanstandet hat. Sie wirft der Y. AG und dem Beschwerdeführer vielmehr dessen Inhalt vor, nämlich die Anpreisung als grösstes Anwaltsbüro der Schweiz ("the

largest Swiss law firm") und die falsche Behauptung, sämtliche Rechtsberater seien Anwälte. Weshalb Werbung, die gar zu falschen Behauptungen greift, nicht aufdringlich im Sinne von § 7 Abs. 2 AnwG sein soll, ist nicht ersichtlich. Falsche (bzw. übertriebene) Behauptungen über die Qualifikationen desjenigen, der eine Dienstleistung anbietet, können ohne weiteres als "aufdringlich" gelten; jedenfalls ist eine entsprechende Gesetzesauslegung nicht willkürlich. c) Der Beschwerdeführer macht des weitern geltend, es fehle an einem überwiegenden öffentlichen Interesse, welches die anwaltsrechtlichen Werbeschränken rechtfertigen könnte. Es handle sich dabei vielmehr um eine wirtschafts- und standespolitische Massnahme, die den freien Wettbewerb behindere. aa) Das Bundesgericht hat in seiner Rechtsprechung ein striktes Werbeverbot für Anwälte zwar stets abgelehnt, es andererseits aber als zulässig erachtet, die Werbetätigkeit von Anwälten besonderen Schranken zu unterwerfen ( BGE 67 I 80 E. 3 S. 87 ff.; BGE 68 I 11 E. 1 S. 14 f., 65 E. 1 S. 68 f.; BGE 87 I 262 E. 2 S. 265 f.; vgl. BGE 96 I 35 ff.). Den Kantonen ist es insbesondere erlaubt, aufdringliche und irreführende Werbung zu untersagen. Der Zweck entsprechender Normen lässt sich auch heute nicht beanstanden, selbst wenn ihre Anwendung mit Blick auf die veränderten gesellschaftlichen Verhältnisse (im Vergleich zu diesen älteren Entscheiden des Bundesgerichts) allenfalls gewisser Anpassungen bedarf. Das Publikum soll darauf vertrauen können, dass Rechtsanwälte, wenngleich Gewerbetreibende, sich in ihrer Berufsausübung nicht von Gewinnstreben beherrschen lassen, sondern in erster Linie ihre Verantwortung als "Diener des Rechts" und "Mitarbeiter der Rechtspflege" wahrnehmen und in dieser Funktion die Rechtsuchenden bei der Verfolgung ihrer subjektiven Rechtsschutzinteressen beraten und unterstützen (vgl. BGE 106 Ia 100 E. 6b S. 104), sie gegebenenfalls aber auch davon abhalten, BGE 123 I 12 S. 17 aussichtslose Prozesse zu führen. Kommerzielle Werbemethoden dürfen darum im Interesse des Schutzes von Treu und Glauben im Geschäftsverkehr und zur Erhaltung der Vertrauenswürdigkeit und der Unabhängigkeit der Anwaltschaft ausgeschlossen werden, während zurückhaltende und sachlich zutreffende Werbung dem Bedürfnis des Publikums nach Information entgegenkommt und dem Anwalt deshalb nicht grundsätzlich verwehrt sein kann (FELIX WOLFFERS, Der Rechtsanwalt in der Schweiz, Diss. Bern 1986, S. 145 ff.; CHRISTOF BERNHART, Die Werbebeschränkungen für wissenschaftliche Berufsarten als Problem der Grundrechte, Diss. Bern 1992, S. 208 ff.). Wo die Grenzen zwischen zulässiger Information und verpönte kommerzieller Werbung liegen, kann im einzelnen umstritten sein, zumal die Auffassungen darüber in jüngster Zeit einem gewissen Wandel unterworfen sind (vgl. DOMINIQUE DREYER, L'avocat dans la société actuelle, ZSR 1996 II 460 ff.; MICHAEL PFEIFER, Der Rechtsanwalt in der heutigen Gesellschaft, ZSR 1996 II 343 ff.; PIERRE TERCIER, Les avocats et la concurrence, in: der Schweizer Anwalt 160/1996 S. 4 ff., insbesondere S. 13/14), braucht hier aber nicht allgemein erörtert zu werden. Auf jeden Fall hat die anwaltliche Werbung zurückhaltend zu sein, darf keine unrichtigen Erwartungen wecken, hat auf sensationelles und reklamehaftes Sich-Herausstellen gegenüber Berufskollegen zu verzichten und muss von hohem Informationsgehalt sein (WALTER FELLMANN/OLIVER SIDLER, Standesregeln des Luzerner Anwaltsverbandes, Bern 1996, S. 37 f.). bb) Der angefochtene Entscheid wendet das Verbot aufdringlicher Empfehlung nach § 7 Abs. 2 AnwG vor diesem Hintergrund nicht in verfassungswidriger Weise an. Die Aufsichtskommission hat den Prospekt der Y. AG beanstandet, weil er falsche Informationen (alle Rechtsberater der Y. AG seien Rechtsanwälte) enthält, die Y. AG als grösstes Rechtsanwaltsbüro der Schweiz bezeichnet und Vergleiche zu anderen grossen Anwaltsbüros zieht (von denen sich die Y. AG dadurch

unterscheide, dass sie neben hochqualifizierter Rechtsberatung weitere - ausführlich beschriebene - Dienstleistungen anbiete). Die falschen Angaben, wozu neben der Behauptung, alle Rechtsberater der Y. AG seien Rechtsanwälte, auch die zumindest verwirrende Selbstdeklaration als Anwaltsbüro gehört, dürfen ohne weiteres als im Rahmen anwaltlicher Werbung unzulässig angesehen werden. Der Vergleich mit den andern grösseren Anwaltsbüros kann ebenfalls als verpöntes reklamehaftes Sich-Herausstellen gelten. Das Verbot derartiger Werbung liegt im überwiegenden öffentlichen Interesse und ist nicht unverhältnismässig. BGE 123 I 12 S. 18 d) Die Aufsichtscommission hat neben dem Verbot aufdringlicher Empfehlung auch die Pflicht, klare Rechtsverhältnisse zu schaffen (§ 8 Abs. 1 AnwG), als verletzt erachtet, da der Eindruck erweckt werde, bei einer Mandatierung der Y. AG unterstehe der Beauftragte den besonderen anwaltlichen Berufspflichten. Der Beschwerdeführer wendet ein, das Gebot, klare Rechtsverhältnisse zu schaffen, sei nur bei einem konkreten Mandatsverhältnis anwendbar und könne nicht bereits die Werbetätigkeit erfassen. Diese Berufspflicht bezieht sich indessen nicht nur auf das konkrete Mandatsverhältnis, sondern auf das berufliche Verhalten schlechthin. Es handelt sich dabei nicht nur um eine Verpflichtung gegenüber dem eigenen Klienten, sondern auch um eine solche im Verhältnis zu den Behörden, zum Prozessgegner und zu Dritten (Handbuch über die Berufspflichten des Rechtsanwaltes im Kanton Zürich, Zürich 1988, S. 43 ff.). Wenn der Anwalt deshalb bereits bei seiner Werbetätigkeit gehalten sein soll, Klarheit hinsichtlich der künftigen Mandatsverhältnisse zu schaffen, ist dies nicht unhaltbar. e) Der Beschwerdeführer beruft sich ergänzend zur Rüge der Verletzung der Handels- und Gewerbefreiheit auf die in Art. 10 EMRK verankerte Meinungsäusserungsfreiheit. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte hat sich im Urteil i.S. Casado Coca vom 24. Februar 1994 (Serie A Nr. 285-A) mit der Tragweite dieses grundrechtlichen Anspruchs im Bereiche der Werbung von Rechtsanwälten auseinandergesetzt. Der Gerichtshof hat dabei massgeblich darauf abgestellt, dass in den Mitgliedstaaten des Europarats unterschiedliche Auffassungen darüber herrschen, ob und wie weit den Anwälten Werbung erlaubt sein soll. Er hat auch darauf hingewiesen, dass seit einiger Zeit gewisse Lockerungen des Werbeverbots festzustellen seien. Zum Entscheid darüber, wie weit diese reichen müssten und wo zu einem bestimmten Zeitpunkt das richtige Gleichgewicht zwischen den auf dem Spiele stehenden Interessen liege, seien die ordentlichen Gerichte besser geeignet als der internationale Richter. Die Meinungsäusserungsfreiheit nach Art. 10 EMRK und die Praxis dazu enthalten demnach keine weiterführenden Gesichtspunkte, die nicht bereits im Lichte der Handels- und Gewerbefreiheit zu berücksichtigen gewesen wären.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.