



## Pressemitteilung

### **„Scheidung Online -> spart Zeit, Nerven und Geld“ kann eine zulässige Anwaltswerbung sein**

Die Aussage „Scheidung Online -> spart Zeit, Nerven und Geld“ auf der Internetseite eines Rechtsanwalts ist jedenfalls dann nicht irreführend, wenn die Art und Weise, wie Kosten gespart werden können, hinreichend erläutert wird. Das hat der 4. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Hamm am 07.03.2013 entschieden und damit die erstinstanzliche Entscheidung des Landgerichts Bochum bestätigt.

Die klagende Rechtsanwaltskammer aus Hamm hatte vom beklagten Rechtsanwalt aus Bochum verlangt, nachfolgende Internetwerbung zu unterlassen:

#### **„Scheidung online -> spart Zeit, Geld und Nerven**

Bei einer unstreitigen Ehescheidung können zunächst erhebliche Kosten gespart werden, da nur ein Rechtsanwalt erforderlich ist. Darüber hinaus versuchen wir, den Streitwert um 30% zu verringern.

Ein entsprechender Antrag wird von uns in unstreitigen Scheidungsangelegenheiten gegenüber dem jeweiligen Gericht gestellt. Die Festsetzung des Streitwertes erfolgt dann im Scheidungstermin durch das Gericht.“

Die Rechtsanwaltskammer hatte im Wesentlichen argumentiert, die Werbung enthalte unzutreffende Aussagen und habe eine dem berufsrechtlichen Sachlichkeitsgebot widersprechende Anlockwirkung.

Der 4. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Hamm hat demgegenüber die beanstandete Werbung für zulässig erachtet und einen Unterlassungsanspruch der Rechtsanwaltskammer verneint.

Die beanstandete Werbung sei nicht irreführend. Dies sei aus der Sicht eines durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers zu beurteilen, weil sich die Werbung an diesen richte.

Die einleitende Werbeaussage **„Scheidung online -> spart Zeit, Geld und Nerven“** werde durch den nachfolgenden Text erläutert und sei nicht isoliert zu betrachten. Der Verbraucher verstehe diese Aussage als einleitenden Hinweis auf danach erläuterte Sparmöglichkeiten und Vorteile einer „Online-Scheidung“.

Der Hinweis auf eine Zeitersparnis sei schon deswegen zutreffend, weil mit dem Rechtsanwalt elektronisch kommuniziert werden könne und hierzu nicht seine Kanzleiräume aufgesucht werden müssten.

Nachvollziehbar sei auch, dass ein Mandant die mit einem Scheidungsverfahren verbundenen psychischen Belastungen vermindern, mithin „Nerven“ sparen könne, wenn er mit seinem Rechtsanwalt nicht persönlich in Kontakt treten müsse.

07. Mai 2013

Seite 1 von 2

Christian Nubbemeyer  
Pressedezernent

Tel. 02381 272 4925

Fax 02381 272 528

[pressestelle@olg-hamm.nrw.de](mailto:pressestelle@olg-hamm.nrw.de)

Heßlerstraße 53

59065 Hamm

Tel. 02381 272-0

Internet:

[www.olg-hamm.nrw.de](http://www.olg-hamm.nrw.de)



Der Hinweis auf eine Kostenersparnis sei ebenfalls nicht zu beanstanden, weil insoweit zutreffend die Möglichkeit einer Kostenersparnis bei einer unstreitigen Scheidung und einer Herabsetzung des Streitwertes aufgezeigt werde. Ein Verbraucher wisse auch, dass weniger Kosten anfielen, wenn der Streitwert herabgesetzt werde.

Seite 2 von 2

Die beanstandete Werbeaussage verstoße auch nicht gegen das berufsrechtliche Sachlichkeitsgebot. Dieses Gebot sei erst dann verletzt, wenn sich die Werbung als übertriebene reklamehafte („marktschreierische“) Herausstellung darstelle. Die im vorliegenden Fall gewählte Form der Werbung und ihr Inhalt genügten dem Sachlichkeitsgebot. Die einleitende Werbeaussage sei noch als sachbezogen anzusehen. Dass sie einen stark komprimierten Inhalt habe und ihr eine nicht unerhebliche Anlockungswirkung zukomme, führe nicht zu ihrer Unzulässigkeit. Eine Anlockwirkung sei ein unverzichtbarer Werbebestandteil. Die Aussage habe einen sachlichen berufsbezogenen Hintergrund, in ihr liege keine übertriebene reklamehafte Herausstellung.

Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 07.03.2013 (4 U 162/12)

Christian Nubbemeyer, Pressedezernent