

**Werbung für Steuerberater:
Zeigen Sie dem Mandanten,
was Sie können**

Dr. Willi Oberlander

02/2003

INFORMATION

Dr. Willi Oberlander:
Werbung für Steuerberater: Zeigen Sie dem
Mandanten, was Sie können

erschienen in: Consultant 1-2/2003

© Institut für Freie Berufe (IFB)
an der Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg
Marienstraße 2
90402 Nürnberg
Telefon (0911) 23565-0
Telefax (0911) 23565-50
E-mail info@ifb.uni-erlangen.de
Internet <http://www.ifb.uni-erlangen.de>

Zeigen Sie dem Mandanten, was Sie können

Zunehmender Wettbewerb um die Mandanten wirkt sich auch auf die Steuerberater aus. Veränderte Bedingungen führen zu einer verstärkten Überprüfung der Möglichkeiten, die Marketing bietet. DR. WILLI OBERLANDER

Drei Ziele kennzeichnen eine verstärkte Mandantenorientierung: die Gewinnung und das Halten von Mandanten sowie die Stärkung der Bindung zwischen Kunden und Kanzleien.

Werbung als Teilaspekt des Kanzleimarketing kann hier eine wichtige Rolle spielen. Ob Mitgliedschaft in Verbänden, der Ausformung von Corporate Identity und Corporate Design oder der Teilnahme an Informationsveranstaltungen -eines ist sicher:

Werbung ist ein zentrales Element, wenn es darum geht, sich Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Werbung muss sich dabei aber in

das Gesamtbild der Kanzlei einfügen lassen. Kanzleien zeigen sich besonders kritisch, was Marketing-Kosten betrifft und setzen sie in Relation zum erzielten Ertrag. Die Bereitschaft, einzelne Instrumente der Werbung gezielt einzusetzen, ist deutlich höher. Entsprechende Erkenntnisse haben sich in der Anwaltsforschung des Institut für Freie Berufe ergeben. Viele der Resultate lassen sich erfahrungsgemäß auf die Steuerberatung übertragen.

Bei der Werbung ist vor allem zu beachten, dass den Steuerberatern nach § 57 Abs.

1 StBerG unverändert eine berufswidrige Werbung untersagt ist. In diesem Zusammenhang ist insbesondere die gezielte Ansprache potenzieller Nachfrager zu vermeiden.

Es gilt weiterhin der Grundsatz der informierenden Werbung, die im Gegensatz zum Gewerbe keine konkurrierende, vorzugsweise über den Preis stimulierende Werbung praktiziert. Freiberufliche Werbung ist hier, wie in anderen Arbeitsfeldern, eine Leistungswerbung.

Herkömmliche, zulässige Steuerberaterwerbung

- Sachlich unterrichtende Werbung, die objektiv nachprüfbar ist
- Veröffentlichung von Stellenangeboten und Stellengesuchen in Anzeigenform
- Anzeigen für ungenannte Auftraggeber, soweit sie mit einer vereinbarten Tätigkeit gem. § 57 Abs. 3 Nr. 2 StBerG zusammenhängen, unter Angabe des Namens und der Berufsbezeichnung
- Anzeigen, sofern sie sachlich über die berufliche Tätigkeit unterrichten
- Praxisbroschüren, Faltblätter oder sonstige Informationsmittel, die sachlich über die Berufstätigkeit unterrichten
- Hinweise auf Person, Lebenslauf und beruflichen Werdegang

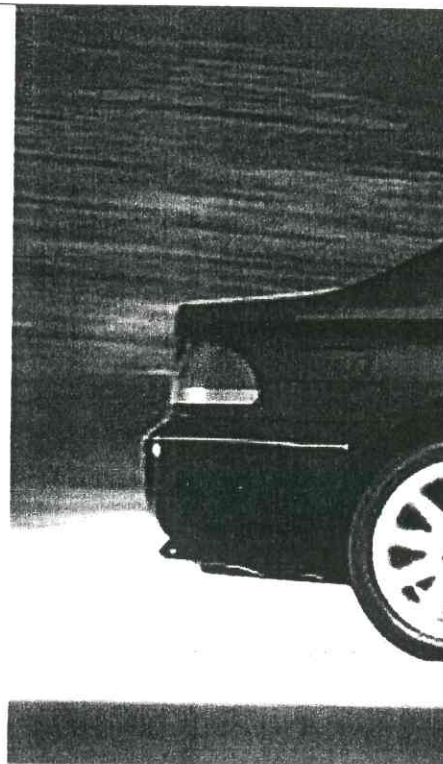
- Art und Umfang der beruflichen Tätigkeit
- Größe und Organisation der Kanzlei, Mitarbeiterstab sowie nationale und internationale Kooperationen
- Mitgliedschaften in Berufs- oder dem Beruf nahe stehenden Organisationen
- Bereithalten von Informationsbroschüren am Messestand
- Anzeigen, die über die Tätigkeit sachlich unterrichten

Öffnungen des Werberechts aus jüngerer Zeit

- Erlaubt ist ein Aufkleber eines Steuerberaters auf einem Firmen-PKW mit der Aufschrift Steuerberatung und dem Nachnamen des Beraters (LG Frankfurt, 21.9.2000, Az. 45 StL 16/99 n.v.)
- Der Bundesgerichtshof gibt grünes Licht für die Ansprache von Nicht-Mandanten. Dabei ist die Werbung um einzelne Mandanten erlaubt die Werbung um ein konkretes Einzelmandat bleibt jedoch verboten
- Rundschreiben an Mandanten und Nicht-Mandanten, die über Gesetzesänderungen informieren, sind erlaubt (BGH-Urteil vom 15.3.2001 I ZR 337/98, n.v.)
- Einladungsschreiben an Nicht-Mandanten zur Informationsveranstaltung über

INTERNET-TIPPS

- ➔ www.uni-erlangen.de/ifb
Website der Forschungsstelle
- ➔ www.ifb-gruendung.de
Informationen zur Gründungsberatung für freie Berufe



Nach einem Urteil des Frankfurter Landgerichts dürfen Steuerberater auch auf Firmenautos mit ihrem Namen werben.



die eigene Tätigkeit und allgemeine Themen sind erlaubt (BGH-Urteil vom 1.3.2001 – I ZR 300/98, n.v.)

- Versenden von Kanzleibroschüren mit Anschreiben an Nicht-Mandanten ist erlaubt (OLG-München vom 29.03.2000 – 29 U 2007/00, n.v.)
- Werbegeschenke sind grundsätzlich zulässig.

Von besonderer Bedeutung ist die Frage der Mandantenwerbung im Einzelfall. Im Jahr 2001 wurde höchstrichterlich bestätigt, dass Rechtsanwälte Rundschreiben auch an Nicht-Mandanten verschicken dürfen (BGH 15.03.01, I ZR 337/98).

Diese Entscheidung ist auch uneingeschränkt auf das Werberecht der Steuerberater übertragbar, denn: § 57a StBerG und §43b BRAO sind inhaltlich weitgehend identisch.

Richtungsweisende liberalisierte Rechtsauffassung

- **Messestände auf Fachmessen**
ANUGA-Urteil (BVerfG, Beschluss vom 11.11.99 – I BvR 754/98)
Fachmesse für Heilberufe (BGH vom 3.12.1998 – I ZR 112/96).
- **Werbung mit bezahltem redaktionellen Beitrag in Tageszeitung ist erlaubt** OLG Oldenburg vom 5.4.2001 (I U 125/00, NJW 2001, S. 2026)

- **Zur Verfügung gestelltes Gruppenfoto der Mitglieder einer Kanzlei für einen Pressebericht**

Pressefoto-Entscheidung (BVerfG, Beschluss v. 29.11.99 – I BvR 2284/98)

- **Werbung mit Slogans wie: „Ihre Rechtsfragen sind unsere Aufgaben“ erlaubt**

Slogan-Entscheidung (BVerfG, Beschluss vom 1.12.99 – I BvR 1630/98)

- **Werbung mit Beratungsdienstleistungen**

Leistungsspektrum-Urteil (OLG Frankfurt/Main v. 14.8.1999 – 12 O 291/96)

- **Sponsoring von Kultur-Veranstaltungen erlaubt**

Sponsoring-Entscheidung (BVerfG, AZ 13vR 721/99). In Bezug auf Trikot- oder Bandenwerbung bei Sportveranstaltungen ist die Entscheidungslage derzeit offen, d.h. von entsprechenden Maßnahmen ist vorbehaltlich einer Klärung abzuraten

- **Steuerberatungs-Hotline**

Grundsätzlich zulässig (BGH, 26.9.2002 – I ZR 44/00 und I ZR 102/00)

Anderungen der Berufsordnung vom April 2002

Bereits am 24. Oktober 2001 beschloss die Satzungsversammlung, nachfolgende Ver-

bote und Beschränkungen im Bereich der Werbevorschriften aufzuheben bzw. zu ändern.

- Das Verbot, Praxisbroschüren und Mandanteninformationen unaufgefordert an Nichtmandanten zu übergeben.
- Das Verbot, in Praxisbroschüren auf Mandaten oder besondere berufliche Erfolge hinzuweisen.
- Das uneingeschränkte Gebot, dass Verzeichnisse allen Berufsangehörigen offen stehen müssen. Nunmehr sind Beschränkungen auf bestimmte Berufsangehörige möglich, wenn dies sachlich begründet ist.
- Die Beschränkung der Einträge in Verzeichnissen auf sachlich erforderliche Angaben.
- Das Verbot der Hinweise auf Dritte auf dem Praxisschild.
- Das Verbot der Angabe von Tätigkeitsschwerpunkten auf dem Praxisschild.
- Das Verbot der Abgabe von Geschenken mit werbenden Hinweisen.
- Die Beschränkung von Hinweisen auf Zertifizierung allein in Praxisbroschüren.
- Das Verbot anderer bezahlter oder veranlasster Werbung in Presse, Rundfunk, Fernsehen und sonstigen Medien.

Anzeigenwerbung

- **Häufigkeit des Erscheinens von Anzeigen:** Das Merkmal der Häufigkeit des Erscheinens ist unbrauchbar, eine reklamehafte berufswidrige Werbung anzunehmen (OLG Frankfurt am Main, 18.4.2002, Az. 6 U 256/01).
- **Anzeigengröße:** Für rein sachliche Informationen benötigter Raum sollte genutzt werden können.
- **Platzierung:** Sie kann berufswidrig sein, wenn etwa die Platzierung auf der ersten Seite einer Tageszeitung erfolgt oder Anzeigen und redaktionelle Texte in einer thematischen Wechselwirkung stehen.
- **Grafische Gestaltung:** Anzeigen dürfen keine übertriebene, auffällige und in sonstiger Weise reklamehafte Form haben.
- **Anzeiginhalt:** Erlaubt sind Namen, Berufsbezeichnung(en), Ort der Kanzlei, Angabe aller Kommunikationsmittel, Kanzleiöffnungszeiten, Hinweise auf nationale und internationale Kooperationen mit anderen Angehörigen sozietätsfähiger Berufe.
- **Slogans:** Sind grundsätzlich nicht mehr als berufswidrig zu beurteilen (siehe oben), wobei abschließende Beurteilungen häufig nur im Einzelfall vorgenommen werden können.
- **Angabe von Dienstleistungsangeboten:** allgemeine Dienstleistungshinweise sind zulässig. So genannte Steuertipps wurden mittlerweile als zulässig erklärt (LG Freiburg, 29.7.1999, INF 1999, S. 671).
- **Persönliche Angaben:** Zulässig sind Angaben zum beruflichen Werdegang, die als Informationen über die berufliche Tätigkeit zu werten sind. Fotos können wohl verwendet werden, wenn Kanzleihinhaber oder Mitarbeiter durch Art der Aufmachung und Größe nicht den Anschein eines Lockmittels erwecken.
- **Angabe von Tätigkeitsschwerpunkten:** Bekanntgabe ist möglich, erlaubt sind auch Hinweise auf Fremdsprachenkenntnisse oder die Beratung in be-



stimmten Branchen, Verweise auf Mitgliedschaften in Vereinen, Verbänden und anderen Organisationen sollten vermieden werden.

- **Honorarangaben:** Bedenklich, da eine sachgerechte Ermittlung erst nach erbrachter Dienstleistung erfolgen kann; allgemeine Hinweise auf rechtmäßige Honorarabrechnung sind möglich.
- **Angaben zu Mandanten:** Referenzlisten sind zulässig, wenn die genannten Mandanten einwilligen und die Vorgaben für Informationswerbung eingehalten werden.

Werbung im Internet

Hier gelten die Bestimmungen für die Anzeigenwerbung und andere Bedingungen. Werbung im Internet für Steuerberater ist grundsätzlich zulässig, da eine Internetpräsentation als Werbeform nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall ge-

AUTOR

Dr. Willi Oberlander

ist Projektleiter der Gründungsberatung für Freie Berufe am Institut für Freie Berufe der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Er ist Verfasser zahlreicher Publikationen zu Freien Berufen im In- und Ausland. Darüber hinaus war er für viele Forschungsprojekte verantwortlich.

E-Mail: willi.oberlander@ifb.uni-erlangen.de

richtet ist. Auf der Homepage darf prinzipiell der gleiche Inhalt präsentiert werden wie in einer Kanzleibroschüre. Sachliche Informationen über Fachgebiete sind ebenfalls zulässig, wenn dies mit einem Mandantenrundsreiben nach § 13 BStB vergleichbar ist.

Die Abbildung eines Steuerberaters im Internet kann nicht beanstandet werden, ebenso wie die Veröffentlichung von Lebensläufen. Unzulässig sind: Gästebücher, sofern Meinungsäußerungen Dritter dort zu sehen sind, Bannerwerbung und die Verwendung von Zählern, die zeigen, wieviele Besucher die Site aufgerufen haben.

Welches Berufsrecht gilt bei Mehrfachqualifikationen?

Hier gilt das jeweils engere Berufsrecht. Sind Steuerberater bzw. Steuerbevollmächtigte zusätzlich als Wirtschaftsprüfer, vereidigte Buchprüfer oder Rechtsan-

wälte bestellt, besteht hier nach vorherrschender Auffassung keine Wahlmöglichkeit.

Ausblick

Am 1. April 2002 sind wichtige Änderungen der Werberegulungen in der Berufsordnung der Steuerberater in Kraft getreten. Damit haben sich die Möglichkeiten der Steuerberater den Bestimmungen, die bei Rechtsanwälten und Wirtschaftsprüfern gelten, angeglichen. Bisherigen Werbebeschränkungen kritisierte das BVerfG wiederholt als Eingriffe in die Berufsausübungsfreiheit. Damit geht das BVerfG mit dem BGH konform, der diese Entwicklung stimuliert hat.

Die Werbung um Mandanten ist nun also zulässig, wenn ein Beratungsbedarf vermutet wird. Eine Kanzleibroschüre darf Hinweise auf bereits betreute Mandanten enthalten, wenn diese damit einverstanden

sind. Darüber hinaus lassen sich auch Nichtmandanten in das Marketing einbeziehen.

Neben der Kanzleibroschüre sind Rundschreiben, Einladungen zu Veranstaltungen oder Werbebeschenke erlaubt.

Künftig ist Reklame nicht mehr auf bestimmte Werbeträger beschränkt.

Das Internet wird hier immer mehr an Bedeutung gewinnen. Steuerberater können sich auch in Verzeichnisse aufnehmen lassen, die nicht allen Kollegen offen stehen, wenn für die Einschränkung sachliche Gründe vorliegen. Berufsbezogene Hinweise, wie Tätigkeitsschwerpunkte oder Kooperationspartner auf dem Praxisschild oder in Verzeichnissen, sind ebenfalls erlaubt.

Die weitere Entwicklung der Berufsordnung im Bereich der Werbung wird geprägt sein von fortschreitenden Deregulierungen einzelner Bestimmungen unter Verweis auf die Nichtvereinbarkeit mit höherrangigem Recht. Künftig wird eine nach Form und Inhalt sachliche und informierende Werbung nicht mehr untersagt werden können. Die Konstituierung der Freiberuflichkeit wird durch die hier skizzierte Entwicklung des Werberechts nicht in Frage gestellt. C