

„Mit uns brauchen Sie kein Recht zu haben, um“ II – die Reaktionen auf den Beitrag; zugleich ein Beitrag zum Wandel der Anwaltschaft



Uns erreichten zu unserem Beitrag: „mit uns müssen Sie kein Recht haben, um Recht zu bekommen...“ viele positive Kommentare, die uns bestätigen, dass auch die anwaltliche Werbung einem Wandel unterliegt. Wir lasen aber auch diesen Kommentar von „Scharnold Warzenegger“ aus dem blog von NEBGEN, aus dem wir zitieren und den wir gerne kommentieren, wobei die Hervorhebungen von uns stammen:

*„Den Slogan „Mit uns müssen sie kein Recht haben, um Recht zu bekommen“, kann man wohl **nur als Jurist** anders deuten, als er klingt. **Jeder normale Mensch** versteht darunter: „der setzt meinen Willen durch, auch wenn das eigentlich gar nicht geht“. Und genau so sollte er Zwecks Mandantenfang auch verstanden werden. Ansonsten hätte man sich die vorsätzlich werbende Zweideutigkeit sparen können. Mich erinnert das stark an ein Unternehmen für Inkasso, welches mit dem Slogan „Ihr Schuldner muß kein russisch können, um uns zu verstehen“ warb. Da weiß auch jeder, was gemeint ist, ohne es deutlich auszusprechen. Unabhängig davon, ob man mit oder ohne Anwalt vor Gericht auftritt, sollte der Recht bekommen, der **im Recht** ist. Kokettiert jemand mit der (unglücklicherweise zutreffenden) Binsenweisheit, daß Justizia blind ist, dann kann man das wohl nur als „**werbend dargestellte Rechtsbeugung**“ verstehen. Jedenfalls kann das vorsätzliche Verschaffen von Recht, wo keines ist, nur als Mißbrauch verstanden werden.“*

Der Autor des Kommentars, der an dem Wortspiel in seinem Namen (mit Herrn Schwarzenegger) offenbar Spaß hat, hatte – zudem als bekennender Nichtjurist- diesen an unserem Spruch leider nicht. Warum das so ist, wissen wir nicht. Wir wissen auch nicht, was ihn zu dem ein wenig bissigen Kommentar (als Nichtjurist) bewegt hat. Der Autor des Kommentars sagt uns auch nicht, warum er für sich in Anspruch nehmen kann zu wissen, wie „jeder normale Mensch“ unsere Aussage versteht. Er schließt das nur von sich auf diese von ihm benannte Spezies. Mit dem Typus des „normal denkenden Menschen“ können wir allerdings nicht viel anfangen. Es wird immer gerne als „Argument“ verwendet, wenn es keins gibt. Bei uns hat sich übrigens – auf den Spruch hin – auch noch niemand gemeldet, der etwas rechtlich nicht Durchsetzbares – unredlich – durchgesetzt haben wollte.

Dass Herr „Warzenegger“ dann aber außerdem noch weiß, dass unsere Aussage dem „Mandantenfang“ dienen soll, ist wegen der damit verbundenen Abqualifizierung ungehörig, weil es uns auf die Ebene des „Rattenfängers“ von Hameln stellen soll. Ein „Mandantenfang“ ist schon deshalb unsinnig, weil Dienstleister nach Ihren Leistungen bewertet und nur bei guter Leistung auch (erneut) beauftragt und empfohlen werden. Und die bewertete Leistung ist das Ergebnis der Arbeit, nicht aber die Werbung. Die dient dazu, am Markt wahrgenommen zu werden. Und da ist

festzustellen, dass die Werbung sich ändert. Sie wird witziger, provokanter, besser, unterhaltsamer.

Völlig deplaziert ist auch der Vorwurf der „werbend dargestellten Rechtsbeugung“. Ein Anwalt kann keine Rechtsbeugung begehen, weil er kein Recht spricht. Er vertritt, und zwar einseitig, die Interessen seines Mandanten. Das ist sein Auftrag und die von ihm geschuldete Leistung. Es ist auch nicht die Aufgabe des Anwalts, das objektive Recht oder die Gerechtigkeit zu ermitteln. Das ist nicht einmal die Aufgabe eines Zivilgerichts. Es hat über einen geltend gemachten Anspruch zu entscheiden. Und das erfolgt im Wege des in der ZPO geregelten Erkenntnisverfahrens. Ein Anwalt, der den Gegner auf eine bereits eingetretene Verjährung, die dieser nicht bemerkt hat, hinweist und damit den Anspruch des eigenen Mandanten zunichte macht, macht sich gegenüber seinem Mandanten schadensersatzpflichtig. Das ist nicht etwa ein ungewöhnliches Ergebnis, sondern die Konsequenz der Verletzung einer dem Anwalt gegenüber seinem Mandanten obliegenden Pflicht.

Der Anwalt darf nicht lügen. Das ist unumstößlich. Der Begriff der prozessualen Wahrheit im Zivilprozess bringt es aber mit sich, dass ein Anwalt durch geschickten (und wahren und zivilprozessual zulässigen) Vortrag einen Prozess gewinnen kann, ohne dass sein Mandant objektiv betrachtet Recht hat. Das gleiche gilt auch im Fall eines Versäumnisurteils. Die so entstandenen Urteile sind rechtmäßig, wenn auch selten.

Die Anwaltschaft steht nach unserer Einschätzung gerade erst am Anfang einer massiven Änderung der Verhältnisse. Die Anwaltschaft wird mehr und mehr zum Dienstleister; Leistungen werden, und das ist gut, von den Mandanten kritisch hinterfragt. Der Wettbewerb wird noch viel größer werden, als wir ihn heute schon kennen. Das alte Bild des Anwalts, zu dem die Mandanten kommen, geduldig auf Termine warten, weil der Herr Anwalt „zu Tisch“ ist, sich belehren lassen, staunend die Welt des Juristen verlassen und nach getaner Arbeit brav, anstandslos und pünktlich das Honorar bezahlen, gibt es nicht mehr. Jeder Anwalt ist auch Unternehmer. Das war früher auch nicht anders, rückt aber wegen des zunehmenden Wettbewerbs immer mehr in den Vordergrund. Die Anwaltschaft befindet sich in einem Prozess massiven Wandels, davor macht auch die Werbung nicht halt. Entsprechend werden sich auch hier die Maßstäbe weiter verschieben. Der Deutsche Anwaltverein gibt dabei mit seinen Kampagnen zum Teil sehr gute Beispiele. Auch dort werden Dinge pointiert und „spitz“ dargestellt. Auch das gefällt nicht jedem. Insgesamt ist auch in dieser Frage mehr Gelassenheit und Humor angebracht, statt jedes Wort auf die Goldwaage zu legen und „Böses“ zu unterstellen.