

**Gründungsinformation  
Nr. 26**



**Werbung:  
Steuerberater**

09/2012

---

**GRÜNDUNG**

# Werbung: Steuerberater

Auf dem enger werdenden Markt werden zukunftsorientierte und marketinggeführte Kanzleien bei den bestehenden Werbebeschränkungen eher eine Chance haben, sich zu behaupten. Marketing bedeutet die Entwicklung und Umsetzung einer Unternehmensphilosophie, die den Mandanten mit seinen Wünschen und Bedürfnissen in den Mittelpunkt stellt. Der Steuerberater ist primär Unternehmer, er muss seine Kanzlei konzeptionell und strategisch anhand der Grundlagen des Marketings ausrichten, um sich auf dem Markt besser behaupten zu können.

Seit dem 01.01.2011 gilt die neue Berufsordnung für Steuerberater (BOStB), die das Werben erheblich vereinfacht. Aus elf alten Paragraphen zum Thema Werbung wurde ein Grundlegender (§9 BOStB). Wie in fast allen Freien Berufen fand auch in der Rechtsprechung noch eine Liberalisierung der Normen statt, sodass heute weitgehend Werbefreiheit besteht. Welche Einschränkungen dennoch vorhanden sind, wird in diesem Informationsblatt dargestellt.

## 1. Werbung im Allgemeinen

Für die Werbung der Steuerberater im Allgemeinen gelten grundsätzlich drei entscheidende Gesetzestexte: das Gesetz für unlauteren Wettbewerb (UWG, v.a. §§3-7), das Steuerberatergesetz (StBerG, §57a) und die Berufsordnung für Steuerberater (BOStB, §9).

*„Werbung ist nur erlaubt, soweit sie über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet und nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet ist.“<sup>1</sup>*

§57a StBerG legt somit fast alle grundlegenden Vorschriften in einem Satz dar. Das Sachlichkeitsgebot gilt sowohl für Form als auch für Inhalt und meint, dass die Werbung von Steuerberatern stets aus nachprüfbaren Tatsachenbehauptungen bestehen sollte. Die Ausrichtung auf eine Erteilung eines Auftrages im Einzelfall ist eine viel diskutierte Vorschrift. Konkret bedeutet eine Einzelfallausrichtung, dass der Werbende sein Wissen über den Beratungsbedarf eines potenziellen Mandanten dazu nutzt, diesem konkret Werbung seiner Kanzlei zukommen zu lassen. In einem solchen Fall wäre die Werbung unzulässig. Ist hingegen nur allgemeiner Beratungsbedarf zu erwarten, ist die Werbung zulässig.

Des Weiteren ist wettbewerbswidrige Werbung, wie sie nach UWG definiert ist, unzulässig. Dies bedeutet vor allem das Verbot von irreführender, herabsetzender oder subjektiv vergleichender Werbung (§5 und §6 UWG).

Selbstverständlich ist die Werbung auch dann unzulässig, wenn der Steuerberater einen Dritten dazu veranlasst, Maßnahmen durchzuführen, die er selbst nicht durchführen darf (§9 Abs. 1 BOStB). Auch die Duldung unzulässiger Werbung von Dritten ist in diesem Rahmen nicht erlaubt.

## 2. Werbung im Internet

Werbung im Internet ist für Steuerberater, unter den gleichen Gesichtspunkten wie andere Werbeformen, grundsätzlich zulässig. Auf der Homepage darf der gleiche Inhalt präsentiert werden wie in einer Praxisbroschüre. Zusätzlich gelten auch noch das Bundesdatenschutzgesetz sowie andere Datenschutzgesetze, die den Steuerberater zur Einhaltung der Verschwiegenheit, der Datensicherheit und des Datenschutzes verpflichten. Der Steuerberater muss bei der Einrichtung einer virtuellen Steuerberaterpraxis alle organisatorischen Vorkehrungen tref-

<sup>1</sup> §57a StBerG  
Institut für Freie Berufe Nürnberg

fen, um den Datenschutz und die Datensicherheit zu gewährleisten. Die Auswahl des Domainnamens richtet sich nach den berufs- und wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen für die Namensvergabe einer Steuerberaterpraxis. Der Domainname darf nicht den Eindruck einer Spitzenstellung vermitteln oder irreführend sein. Aus diesem Grund wurde auch die Kombination „Steuerberater + Ortsangabe“ als unzulässig erklärt, da der durchschnittlich informierte Internetnutzer in einem solchen Fall eine Auflistung aller Steuerberater der Region erwarten dürfe. (LG Hannover, 27.04.2009, 44 StL 18/08).

Maßgeblich für die Gestaltung der Homepage eines Steuerberaters ist zum anderen das Telemediengesetz (TMG). Um den Anforderungen an die allgemeinen Informationspflichten gemäß §5 Telemediengesetz genüge zu leisten, müssen Steuerberater auf ihrer Homepage die nachstehenden Angaben leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar halten.

- Name, Anschrift (kein Postfach), Telefon, Fax, E-Mail-Adresse; bei juristischen Personen zusätzlich Vertretungsberechtigte
- bei Steuerberatungsgesellschaften die Angabe des Handelsregisters und die Registernummer,
- bei Partnerschaftsgesellschaften unabhängig von ihrer Anerkennung als Steuerberatungsgesellschaft die Angabe des Partnerschaftsregisters und die Registernummer
- Zuständige Aufsichtsbehörde, d.h. zuständige Steuerberaterkammer
- Gesetzliche Berufsbezeichnung "Steuerberater" sowie den Zusatz „Die gesetzliche Berufsbezeichnung Steuerberater wurde in der Bundesrepublik Deutschland verliehen.“
- Angabe der berufsrechtlichen Regelungen und das Zugänglichmachen dieser Regelungen:
  - (a) Steuerberatungsgesetz (StBerG)
  - (b) Durchführungsverordnung zum Steuerberatungsgesetz (DVStB)
  - (c) Berufsordnung (BOSTB)
  - (d) Steuerberatergebührenverordnung (StBGebV)“
- Angabe der Umsatzsteueridentifikationsnummer, sofern gem. § 27a UStG vorhanden

Bei den Hinweisen der Steuerberaterkanzlei-Homepage handelt es sich nicht mehr um freiwillige Angaben. Soweit die nach §5 TMG vorgeschriebene Informationen nicht richtig, nicht vollständig oder überhaupt nicht verfügbar sind, kann dies nach §16 TMG bis zu 50.000 € Geldbuße geahndet werden. (OLG München, 11.09.2003, 29 U 2681/03)<sup>2</sup>

## 2. Zulässige und unzulässige Steuerberaterwerbung, Urteile und andere Quellen

<b>Zulässige Inhalte der Werbung</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sachlich zutreffende und objektiv nachprüfbar Informationen über die berufliche Tätigkeit</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tätigkeits- und Interessensschwerpunkte, Lebenslauf/beruflicher Werdegang (ohne Übertreibungen) sowie Zertifikate</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angaben zu berufsbezogenen Veröffentlichungen (z.B. Bücher, Aufsätze) oder Reden</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• §9 Abs. 3 BOSTB: „Andere Bezeichnungen als amtlich verliehene Berufs-, Fachberater- und Fachanwaltsbezeichnungen, akademische Grade und staatliche Graduierungen [..] dürfen von Steuerberatern nur geführt werden, wenn eine klare räumliche Trennung von der zusammenhängenden Angabe des Namens und der Berufsbezeichnung ‚Steuerberater‘ besteht.“</li> </ul>

<sup>2</sup> <http://www.jurpc.de/rechtspr/20030276.htm>  
 Institut für Freie Berufe Nürnberg

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Hinweise auf Qualifikationen müssen im entsprechenden Gebiet sowohl theoretische Kenntnisse als auch praktische Erfahrung nachgewiesen werden (§9 Abs. 4 BOSTB)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezeichnungen, die eine Verwechslung mit Fachberaterbezeichnungen nahe legen oder in sonstiger Weise irreführend sind, sind unzulässig (§9 Abs. 3 BOSTB)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hinweis auf die Praxisgröße oder Organisation sowie auf nationale oder internationale Niederlassungen oder Kooperationen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angabe von berufsbezogenen Mitgliedschaften in Kammern und Verbänden</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lageplan der Steuerberaterpraxis. Die Einstellung von Photos der Mitarbeiter ist nur mit deren ausdrücklichem Einverständnis zulässig</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Sozietäten/Partnerschaften: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kurzbezeichnungen sind zulässig</li> <li>○ Auf den Geschäftspapieren sind jedoch alle Sozien/Partner mit Namen und korrekter Berufsbezeichnung zu führen</li> <li>○ Ausgeschiedene Partner dürfen genannt werden, müssen aber als „ausgeschieden“ gekennzeichnet werden</li> <li>○ Bei überörtlichen Sozietäten/Partnerschaften muss angegeben werden, wer wo tätig ist und welche Berufsbezeichnungen der Einzelne führt</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• §6 UWG Abs. 2: Vergleichende Werbung ist zulässig, wenn ein Vergleich der Eigenschaften der betreffenden Dienstleistungen und/oder der dafür geforderten Preise vorhanden ist. Außerdem muss der Vergleich sich objektiv auf eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbar und typische Eigenschaften der Dienstleistung oder deren Preis beziehen; Herabsetzungen sind unzulässig.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung mit Beratungsdienstleistungen ist zulässig (Leistungsspektrum-Urteil, OLG Frankfurt/Main v. 14.08.1999 – 12 o 291/96)</li> </ul>
<b>Zulässige Werbeformen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxisbroschüren, Faltblätter oder sonstige Informationsmittel, in denen sachlich über die Berufstätigkeit unterrichtet wird</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht reklamehafte und irreführende Geschäftspapiere (Briefbögen, Umschläge, Rechnungen usw.), Stempel, Logos usw.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht reklamehaftes und irreführendes Praxisschild zur Kenntlichmachung der Praxisräume des Steuerberaters</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eintragung in Verzeichnissen aller Art ( z.B Anschriftenverzeichnisse, Adress- und Fernsprechbücher, Branchenverzeichnisse), soweit die Verzeichnisse allen Berufsangehörigen offen stehen und Eintragung nicht reklamehaft ist.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung mit bezahltem redaktionellen Beitrag in Tageszeitung ist erlaubt (OLG, Oldenburg vom 05.04.2001, 1 U 125/00, NJW 2001, S. 2026)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Äußerungen in den Medien unter Angabe von Name und Berufsbezeichnung.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung eines Steuerberaters auf einem Straßenbahnwagen.(BVerfG, 26.10.2004, 1 BvR 981/00)</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steuerberatungs-Hotline (BGH, 30.09.2004, I ZR 89/02)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Versteigerung von Beratungsleistungen (BVerfG, 19.02.2008, 1 BvR 1886/06)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rundschreiben an Mandanten und Nicht-Mandanten mit Hinweis auf Gesetzesänderungen und eventuellen Beratungsbedarf (BGH, 15.03.2001, ZR 337/98)</li> </ul>
<b>Unzulässige Werbeinhalte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzeigen, die irreführend sind, die eine übertriebene, auffällige oder in sonstiger Weise reklamehafte Form haben. Bei der Beurteilung der Reklamehaftigkeit ist auch die Häufigkeit des Erscheinens zu berücksichtigen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung, die auf die Erteilung eines Auftrages im Einzelfall gerichtet ist</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vergleichende, wertende oder irreführende Aussagen, vor allem wenn sie Mitbewerber herabsetzen oder in sonstiger Weise behindern</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angabe von nicht berufsbezogenen Mitgliedschaften in Kammern und Verbänden bzw. allgemein nicht berufsbezogene Informationen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hinweis auf die frühere Beamteneigenschaft des Inhabers der Steuerberaterpraxis oder seiner Partner</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranlassung oder Duldung einer berufswidrige Werbung durch Dritte</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Irreführende Seitenbezeichnungen, z.B. Domainname „Steuerberater + Ortsangabe“ (LG Hannover, 27.04.2009, 44 StL 18/08)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlinkung auf gewerbliche Seiten im Internet</li> </ul>
<b>Unzulässige Werbeformen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Form und dem Inhalt nach reklamehafte Darstellungen (z.B. Leuchtreklame, Plakatwerbung)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung auf einem Kanzleifahrzeug stellt eine reklamehafte und somit eine berufswidrige Werbung dar (LG Stuttgart, 24.04.2002, 14 StL 02/02) *</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gutscheine für kostenlose Beratung</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bannerwerbung im Internet</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranstaltung von Gewinnspielen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bei der Werbung per Fax oder e-Mail gelten die Grundsätze des UWG</li> </ul>

### **\*Anmerkung zur PKW-Werbung**

Das LG Stuttgart sieht in seinem Urteil vom 24.04.2002 (14 StL 02/02) Werbeaufkleber auf einem Kfz grundsätzlich als berufswidrig an. Im vorliegenden Fall hatte eine Kooperation aus Steuer- und Wirtschaftsberatern auf den Firmenfahrzeugen der Kanzlei, an der Rückseite Aufkleber mit der Aufschrift Rechts- und Steuerberatung sowie die Anschrift, und auf beiden Fahrzeugseiten Aufkleber mit Namen und weiteren Informationen angebracht. Das Landgericht sah darin einen Verstoß gegen das Berufsrecht und begründete das Urteil damit, dass das Berufsrecht jede rein geschäftsmäßige, an reinem Gewinnverhalten orientierte und damit **"gewerblich reklamehafte" Werbung bzw. Werbemethode verbiete** und dass **"Werbeaufkleber auf Firmenfahrzeugen ein typisches Werbemedium von Gewerbetreibenden"** sind.

Diese Feststellung allein genügt jedoch nicht, weil stets die konkrete Gefährdung eines geschützten Gemeinwohlbelangs festgestellt werden muss. Trotzdem entscheiden einige Gerichte allein mit der Begründung, dass das Werbemedium als solches bereits aufdringlich und reklamehaft sei. So zum Beispiel auch das LG Nürnberg-Fürth (Urteil v. 01.07.98, NJW 1999, S. 1410 „Unzulässige Anwaltswerbung auf Taxi“), das OLG Frankfurt (Urteil v. 17.05.99, NJW 1999, S. 2826 „Anwaltswerbung auf Werbesäule vor Tankstelle“), der AGH NRW (Urteil v. 23.06.99, Anwaltsblatt 1999, S. 557 -"Alles was recht ist" auf Bussen) und das VG Neustadt/Weinstraße (Urteil v. 18.06.99, MDR 1999, S. 1231"Anwaltliche Werbung auf Juristen-Info-Tafeln") entschieden. Im Gegensatz dazu hat das Bundesverfassungsgericht in einem Urteil vom 19. Oktober 2001 entschieden, dass sich für die Informationswerbung eines Steuerberaters auf einer Informationstafel aussprach: **"Auch bei Freiberuflern lässt ein üblicher Werbeträger grundsätzlich keine Rückschlüsse auf eine Gefährdung schutzwürdiger Belange zu."**

**Ausnahme:** Ein Aufkleber auf einem Firmen-PKW mit der Aufschrift Steuerberatung und dem Nachnahmen des Beraters (LG Düsseldorf, 21.09.2000, AZ 45 StL 16/99)

**Quellen:**

**Bundessteuerberaterkammer:** Berufsordnung BOSTB, [http://www.bstbk.de/export/sites/standard/de/ressourcen/Dokumente/04\\_presse/publikationen/03\\_berufsrecht/10506\\_BSK\\_Berufsordnung\\_final.pdf](http://www.bstbk.de/export/sites/standard/de/ressourcen/Dokumente/04_presse/publikationen/03_berufsrecht/10506_BSK_Berufsordnung_final.pdf) abgerufen am 07.09.2012

**Bundessteuerberaterkammer:** Steuerberatergebührenverordnung StBGebV in <http://stb-web.de/fachartikel/berufsrecht/> aufgerufen am 06.02.2006

**Bundesministerium für Justiz:** Steuerberatungsgesetz StBerG, <http://www.gesetze-im-internet.de/stberg/> abgerufen am 07.09.2012

**Gmeiner, Alois (1999):** Werbung für freie Berufe endlich erlaubt. Landsberg/Lech

**LG Karlsruhe (2009):** Beschl v. 27.02.2009, StL 2/09

**Oberlander, Willi (2003):** Zeigen Sie dem Mandanten, was Sie können; in: Consultant 1-2/2003, S. 17f.

**Wolff, Dietmar (2000):** Neue Freiräume für Werbung. Bonn

**Hoeren/Sieber (2012):** Handbuch Multimedia-Recht. 31. Auflage, Beck-Verlag.

**Köhler (2011) – Grenzen zulässiger Steuerberaterwerbung** In: DStR 2011, Heft 9, S. 428-432

**© Institut für Freie Berufe (IFB)**  
an der Friedrich-Alexander-Universität  
Erlangen-Nürnberg  
Abteilung Gründungsberatung  
Marienstraße 2  
90402 Nürnberg  
Telefon (0911) 23565-0  
Telefax (0911) 23565-52  
E-mail: [gruendung@ifb.uni-erlangen.de](mailto:gruendung@ifb.uni-erlangen.de)  
Internet <http://www.ifb-gruendung.de>

**Hinweis:**

Das Institut für Freie Berufe übernimmt keine Garantie dafür, dass die in diesen Unterlagen bereitgestellten Informationen vollständig, richtig und in jedem Fall aktuell sind. Das Institut für Freie Berufe behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung Änderungen oder Ergänzungen der bereitgestellten Informationen vorzunehmen. Auf keinen Fall haftet das Institut für Freie Berufe für konkrete, mittelbare und unmittelbare Schäden oder Schäden, die durch fehlende Nutzungsmöglichkeiten, Datenverluste oder entgangene Gewinne - sei es aufgrund der Nichteinhaltung vertraglicher Verpflichtungen, durch Fahrlässigkeit oder eine andere unerlaubte Handlung - im Zusammenhang mit der Nutzung von Dokumenten oder Informationen bzw. der Erbringung von Dienstleistungen entstehen, die aus dieser Information zugänglich sind.