

20073939-0

Marketingplanung

Wie darf der Steuerberater werben? – Zulässige und berufswidrige Maßnahmen

von Dipl.-Kfm. Rüdiger Apel, Korschenbroich

Nach Angaben der BStBK waren 2006 71.556 Einzelberater und 7.129 Steuerberatungsgesellschaften in Deutschland zugelassen. Der jährliche Zuwachs beträgt ca. 3 v.H. Daher liegt es nahe, dass Steuerberater nicht auf Eigenwerbung verzichten können. Die allgemeinen Berufspflichten gemäß § 57 Abs. 1 StBerG besagen jedoch, dass der Steuerberater seinen Beruf unter Verzicht auf berufswidrige Werbung auszuüben hat. § 57 a StBerG konkretisiert den Begriff der berufswidrigen Werbung. In den §§ 10-21 Berufsordnung für Steuerberater (BOSTb) werden im Detail einzelne Maßnahmen der Werbung aufgeführt, die dem Steuerberater aktuell zur Verfügung stehen. Durch den Wandel der Gesellschaft und der Überprüfung und Auslegung neuer Werbemaßnahmen durch die Gerichte, wird dieser Katalog angepasst.

1. Gültige Werberegelungen

Bereits seit dem 1.4.02 gelten liberalisierte Werberegelungen, die von der Satzungsversammlung der BStBK beschlossen wurden. Folgende Grundsätze sind für die Marketingplanung in der Steuerberaterkanzlei von Bedeutung:

- Es ist grundsätzlich zulässig, wenn Steuerberater unaufgefordert Rundschreiben und Praxisbroschüren direkt an Nichtmandanten oder potenzielle Mandanten versenden. Durch § 16 BOSTb wird dies bekräftigt. Danach dürfen Mandanteninformationen sowohl den eigenen Auftraggebern aber auch Dritten überlassen oder zugänglich gemacht werden.
- Ferner dürfen Steuerberater mit dem Namen Ihrer Mandanten werben, sofern diese der Nennung Ihres Namens zuvor zugestimmt haben.
- Auf Tätigkeitsschwerpunkte und kooperierende Dritte darf auf dem Praxisschild hingewiesen werden (§ 11 BOSTb).
- Auch die Weitergabe von Werbegeschenken ist zulässig, wenn das Werbemittel von der Aufmachung her sachlich gehalten wird.
- Der Steuerberater darf sich auch in Verzeichnisse eintragen lassen, die nicht allen Steuerberatern offen stehen, wenn es für die Beschränkung sachliche Gründe (z.B. ein Stadtteilverzeichnis) gibt (§ 17 BOSTb).

**Grundsätze nach
der BOSTb**

**Werbung mit Tätig-
keitsschwerpunkten**

2. Zulässige und berufswidrige Werbung

Im Folgenden finden Sie eine beispielhafte Aufstellung von zulässigen und unzulässigen Werbemaßnahmen:

Zulässige Werbung

- Sachlich unterrichtende Werbung, die objektiv nachprüfbar ist,
- Veröffentlichung von Stellenangeboten und-gesuchen in Anzeigenform,
- Anzeigen für ungenannte Auftraggeber, soweit sie mit einer zu vereinbarenden Tätigkeit gemäß § 57 Abs. 3 Nr. 2 StBerG (Wahrnehmung fremder Interessen) zusammen hängen, unter Angabe des Namens und der Berufsbezeichnung,
- Praxisbroschüren, Faltblätter oder sonstiges Informationsmaterial, in denen sachlich über die Berufstätigkeit unterrichtet wird,
- das Bereithalten von Informationsbroschüren am Messestand,
- Äußerungen in den Medien unter Angabe von Name und Berufsbezeichnung,
- Werbung mit bezahlten redaktionellen Beiträgen, z.B. in Tageszeitungen,
- eine Steuerberaterhotline.

Anzeigen, Broschüren und Beiträge sind erlaubt

Berufswidrige Werbung

- Vergleichende, wertende und reklamehafte Aussagen,
- Werbung, die auf die Erteilung eines Auftrages im Einzelfall gerichtet ist,
- Anzeigen, die irreführend sind, die eine übertriebene, auffällige oder in sonstiger Weise reklamehafte Form haben,
- Gutscheine für kostenlose Beratung,
- Veranstaltung von Gewinnspielen,
- Bannerwerbung im Internet, irreführende Seitenbezeichnung,
- Hinweise auf Mandanten und besondere berufliche Erfolge.

Gutscheine und Gewinnspiele sind unzulässig

Praxishinweis

Die Zeiten, in denen man Ihnen die Größe des Praxis-Schildes vorschreiben konnte, sind vorbei. Die Skepsis hinsichtlich der Eigenwerbung ist inzwischen unbegründet. Professionelles Marketing wird insbesondere von großen Kanzleien als Selbstverständlichkeit angesehen, wobei sie ihre Leistungen bereits auf Sportveranstaltungen, Autos oder Straßenbahnen anbieten. Aber auch für viele kleinere Kanzleien gibt es sinnvolle Werbemaßnahmen, wie z.B. sachliche Rundschreiben an Nicht-Mandanten, Kanzleibroschüren, Anzeigen oder Sponsortätigkeiten.

2.1. Einzelne Werbemaßnahmen in der Rechtsprechung

Die Rechtsprechung hat folgende Möglichkeiten und Grenzen der Werbung bestimmt:

- **Gemeinsame Werbeveranstaltungen von Steuerberatern und einer Bank:** Nach einem Urteil des BGH (25.02.03, StBSt (R) 2/02) dürfen Geschäftsführer einer Steuerberatungsgesellschaft mehrere kostenpflichtige Seminare gemeinsam mit einer Bank anbieten (s. ausführlich KP 05, 19).
- **Steuerberatung über eine Telefonhotline zulässig:** Nach einem Urteil des BGH (30.09.04, I ZR 89/02) verstoßen Steuerberater, die sich an einer Steuerberater-Hotline beteiligen, nicht gegen berufsrechtliche Verbote. Es verstößt auch nicht gegen die StBGebV, wenn der Steuerbe-

Veranstaltungen mit Kreditinstituten

rater von einem ihm nicht näher bekannten Mandanten um telefonische Beratung gebeten wird und hierfür eine im Minutentakt berechnete Gebühr verlangt (s. auch KP 05, 91).

- **Der Steuerberater darf nicht mit Honorarverzicht werben:** Nach einem Urteil des LG Freiburg (LG Freiburg 11.4.05, StL 2/05, NJW-RR 05, 924) darf ein Steuerberater nicht damit werben, dass einem Mandanten keine Kosten für die Fertigung seiner Steuererklärung entstehen, falls diese die zu erwartende Steuererstattung übersteigen. Darin sah das LG Freiburg einen unzulässigen Honorarverzicht sowie eine berufs- und wettbewerbswidrige Werbung mit einem Erfolgshonorar.
- **Werbung einer Steuerberatungsgesellschaft auf Geschäftspapieren:** Nach einem Urteil des Niedersächsischen OVerwG (8.12.05, 8 LB 50/03) darf eine anerkannte Steuerberatungsgesellschaft auf ihren Geschäftspapieren und ihren Praxisschildern auf ihren Alleingesellschafter auch dann hinweisen, wenn es sich um einen Verein handelt. Der entgegenstehende § 19 Abs. 6 S. 2 BOSTb ist unwirksam. Eine Steuerberatungsgesellschaft darf gleichfalls als Logo ein verfremdetes Paragrafenzeichen verwenden, wenn durch einen textlichen Zusatz auf die steuerberatende Tätigkeit der Gesellschaft hingewiesen wird.
- **Das Abwerben von Mandanten ist grundsätzlich zulässig:** Nach einem Urteil des LG Berlin (27.03.2007, 103 O 6/06) ist das Abwerben von Mandanten eines Steuerberaters als Ausfluss des freien Wettbewerbs als grundsätzlich zulässig anzusehen. Denn kein Gewerbetreibender hat Anspruch auf Erhaltung seines Kundenstammes und dies muss auch für die Angehörigen der freien Berufe gelten. Auch verstoße die Abwerbung von Mandanten nicht gegen § 32 BOSTb, der besagt, dass jede Maßnahme als berufswidrig gilt, die darauf gerichtet ist, einen anderen Steuerberater aus einem Auftrag zu verdrängen.

Erfolgshonorar sind nicht wettbewerbswidrig

Kein Anspruch auf Erhaltung des Mandantenstammes

2.2 Werbung mit der eigenen Homepage

Eine eigene Internetseite sollte für jeden Steuerberater zu den grundlegenden Marketingmaßnahmen gehören. Auf der Internetseite sind vergleichbare Inhalte wie in einer Praxisbroschüre zulässig sowie sachliche Informationen über Fachgebiete, soweit diese auch in einem Mandantenrundsreiben gemäß § 13 BOSTb zulässig wären. Auch ein Bild des Steuerberaters und deren Lebenslauf wird nicht beanstandet. Der Inhalt und die Gestaltung der Homepage dürfen auch hier nicht auf die Erteilung eines Auftrages im Einzelfall ausgerichtet sein.

Neben berufsrechtlichen Anforderungen müssen auch die Regelungen des Telemediengesetzes (TMG) beachtet werden. Dort sind die Informationspflichten des Steuerberaters mit eigener Homepage in § 5 TMG geregelt (s. KP 07, 117).

Telemediengesetz beachten

Zulässige Werbung auf der Homepage

- Sachlich zutreffende und objektiv nachprüfbar Informationen über die berufliche Tätigkeit.

**Internetpräsentation
ohne Einzelfallbezug**

- Verwendung von Logos oder Slogans, sofern diese nicht reklamehaft gestaltet sind.
- Angabe von berufsbezogenen Spezialkenntnissen, sofern die Darstellung nicht reklamehaft ist,
- Hinweis auf die Praxisgröße oder Organisation sowie auf nationale oder internationale Niederlassungen oder Kooperationen,
- Hinweis auf die Branchen oder Größenordnungen (Klein- oder Großbetriebe) der betreuten Mandanten,
- Hinweis auf Zertifikate im Sinne des § 12 BOSTb,
- Angabe von berufsbezogenen Mitgliedschaften in Kammern und Verbänden,
- Informationen in Bildform, z.B. Foto des Inhabers der Steuerberaterpraxis oder der Büroräume,
- Lageplan des Steuerberaterpraxis.
- Allgemeine steuerliche Hinweise oder aktuelle berufsbezogene Informationen,
- Angaben zu berufsbezogenen Veröffentlichungen (z.B. Bücher, Aufsätze)
- Veröffentlichung von Stellenanzeigen,
- die Angabe von Sprechzeiten,
- Hinweis auf Kultursponsoring der Steuerberaterpraxis
- Verlinkung auf andere Seiten im Internet, die im direkten Zusammenhang mit der Tätigkeit des Steuerberaters stehen.

Unzulässige Werbung auf einer Homepage

- Nicht berufsbezogene Informationen,
- Hinweis auf eine frühere Beamteneigenschaft des Inhabers der Steuerberaterpraxis oder seiner Partner
- Angaben von nicht berufsbezogenen Mitgliedschaften in Kammern und Verbänden
- Einrichtung eines Gästebuches
- Veranstaltung von Gewinnspielen
- Werbung für den Verkauf von Gegenständen
- Die Veröffentlichung von ganzen Linklisten kann als unerlaubte Werbung oder als unerlaubtes gewerbliches Auftreten gesehen werden.
- Verlinkung auf gewerbliche Seiten im Internet

Praxishinweis

Für die Auswahl des Domainnamens ist darauf zu achten, dass auch hier die berufs- und wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen für die Namensvergabe einer Steuerberaterpraxis gelten. Grundsätzlich unzulässig wäre eine Gattungsbezeichnung, z.B. www.steuerberater.de. Zur Vermeidung von Verwechslungen kann man zum Namen einen Ortszusatz hinzufügen, wie z.B. www.frankschmidt-stb-hamburg.de

**Auswahl der
Internetadresse**