

An alle
Notarkammern

Nachrichtlich an:

das Präsidium der Bundesnotarkammer

die Notarkasse

die Ländernotarkasse

das Deutsche Notarinstitut

Rundschreiben Nr. 03/2020

Sehr geehrte Damen und Herren Kolleginnen und Kollegen,

die 122. Vertreterversammlung der Bundesnotarkammer hat am 2. Oktober 2020 in Rot-tach-Egern einstimmig maßgebliche Änderungen von Ziffer VII der Richtlinienempfehlungen der Bundesnotarkammer (Auftreten des Notars in Öffentlichkeit und Werbung) beschlossen. Diese Änderungen der Richtlinienempfehlungen sind im Heft 11/2020 der Deutschen Notar-Zeitschrift veröffentlicht (DNotZ 2020, 801 f.).

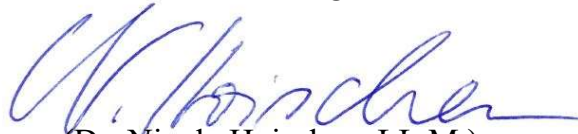
Die Änderungen verfolgen den Zweck, die Richtlinienempfehlungen zum Auftreten des Notars in Öffentlichkeit und Werbung an die fortschreitende technische Entwicklung bei Auftritt und Werbung in der „digitalen Welt“ anzupassen, aber diese auch insgesamt zu konsolidieren.

Der Beschlussfassung der Vertreterversammlung sind umfangreiche Vorüberlegungen und Gremienbefassungen vorangegangen. Insbesondere wurden die Reformpläne bereits in zwei vorangegangenen Vertreterversammlungen thematisiert, der Ausschuss der Bundesnotarkammer für notarielles Berufsrecht beriet in zwei Sitzungen darüber und den Notarkammern wurde umfassend Gelegenheit zur Stellungnahme und zum Einbringen eigener Vorschläge gegeben. Aufgrund der besonderen Bedeutung für das Anwaltsnotariat wurden die Reformüberlegungen außerdem auf einer Sitzung der Konferenz der Kammern des Anwaltsnotariats erörtert.

Angesichts der naturgemäß weiten Ausstrahlungswirkung des Internets ist es von besonderer Wichtigkeit, dass eine möglichst bundeseinheitliche Rechtslage und Praxis geschaffen wird. Vor diesem Hintergrund – und vor dem Hintergrund der vorbeschriebenen umfangreichen Kammern- und Gremieneinbindung – möchten wir den Wunsch der Vertreterversammlung unterstreichen, die geänderten Richtlinienempfehlungen möglichst wortgetreu in die eigenen Richtlinien zu übernehmen.

Die der Beschlussfassung zugrundeliegenden Überlegungen finden Sie zu Ihrer Information in dem anliegenden Vermerk dargestellt, der Bestandteil dieses Rundschreibens ist.

Mit freundlichen kollegialen Grüßen



(Dr. Nicola Hoischen, LL.M.)

Hauptgeschäftsführerin

Änderung der Richtlinienempfehlungen der BNotK zum Auftreten des Notars in der Öffentlichkeit und Werbung

A. Einleitung

Ziff. VII der Richtlinienempfehlungen der Bundesnotarkammer zum Auftreten des Notars in der Öffentlichkeit und Werbung (im Folgenden: „RL-E VII“) stammt aus dem Jahr 1999,¹ ergänzt im Jahr 2003² um Ziff. 7. der RL-E VII zu Internet-Domainnamen.

Die Gestaltung von Internetseiten wurde im Rundschreiben der Bundesnotarkammer Nr. 21/2000 näher erläutert, die Verwendung von Internet-Domainnamen im Rundschreiben der Bundesnotarkammer Nr. 26/2003.

Im Hinblick auf die schnelllebigen Entwicklungen im Bereich der digitalen Außendarstellung ist es nunmehr geboten, die Richtlinienempfehlung insoweit erneut einer Revision zu unterziehen.

Der nachfolgende Entwurf einer Neufassung enthält neben konkreten Änderungsvorschlägen und einer jeweils dazu gehörenden Begründung auch ergänzende Klarstellungen zu unverändert bleibenden Regelungen.

Hinsichtlich des Auftritts des Notars in der „analogen Welt“ und insbesondere auch in den Printmedien besteht im Wesentlichen kein inhaltlicher Änderungsbedarf der Richtlinienempfehlungen. Die hier vorgeschlagenen Änderungen haben vielmehr lediglich zum Ziel, das gewachsene Verständnis des zulässigen Auftritts des Notars in der Öffentlichkeit um diejenigen Aspekte zu ergänzen, die einen praxistauglichen und dem Amt des Notars entsprechenden Auftritt auch in der „digitalen Welt“ sicherstellen.

Soweit Änderungen der Richtlinienempfehlungen vorgeschlagen werden, ist diesen eine Begründung beigegeben. Richtlinienempfehlungen, deren unverändertes Beibehalten vorgeschlagen wird, sind mitunter mit einer ergänzenden Klarstellung versehen. Begründung wie Klarstellung beziehen sich primär auf den Auftritt des Notars in der „digitalen Welt“, behandeln aber, soweit konkret veranlasst, flankierend auch Fragen im analogen Bereich.

Die Richtlinienempfehlungen – auf Grundlage von § 78 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 i. V. m. § 67 Abs. 2 Satz 3 Nr. 7 BNotO – konkretisieren § 29 BNotO. Nach dieser Vorschrift ist insbesondere jedes gewerbliche Verhalten des Notars untersagt.

¹ DNotZ 1999, 258.

² DNotZ 2003, 393.

Hinter dieser Regelung – und damit auch hinter den RL-E VII – steht die Überlegung, dass der Eindruck vermieden werden soll, der Notar ließe sich durch ein gewinnorientiertes Marktverhalten leiten und nicht durch seine Amtspflichten.³ Sein Auftritt in der Öffentlichkeit (gleich ob digital oder analog) hat sich daher auf informative Inhalte zu beschränken. Schließlich stellt § 29 BNotO auch sicher, dass der Notar als Träger eines öffentlichen Amtes in sich überall gleich darstellender Weise nach außen in Erscheinung tritt.⁴ Dies schließt insbesondere aus, dass ein einzelner Notar unter Ausschluss aller anderen für sich einen Aufmerksamkeitsvorsprung in Anspruch nimmt.⁵

Daneben hat sich der Notar gem. § 31 BNotO gegenüber Kollegen in der seinem Amt entsprechenden Weise zu verhalten. Dies verstärkt § 29 BNotO, der sich auf die allgemeine Öffentlichkeit bezieht, konkret um das Verhalten gegenüber Notarkollegen. Auch zu § 31 BNotO darf die Bundesnotarkammer Richtlinienempfehlungen erlassen, § 78 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 i. V. m. § 67 Abs. 2 Satz 3 Nr. 11 BNotO. Die nachfolgenden Richtlinienempfehlungen werden subsidiär auch auf diese Rechtsgrundlage gestützt.

Die Richtlinienempfehlungen adressieren gleichermaßen das Auftreten in der Öffentlichkeit und das Werbeverhalten des hauptberuflichen Notars wie auch dasjenige des Anwaltsnotars. Gleichwohl ergeben sich für Anwaltsnotare gerade mit Blick auf das Werbeverhalten besondere Herausforderungen, weil das anwaltliche Werberecht aufgrund des freiberuflichen Charakters (wesentlich) weitgehender ist als das notarielle Werberecht, welches an die öffentliche Amtsträgerschaft des Notars anknüpft und daher zwangsläufig engere Grenzen ziehen muss. Gleichwohl darf Anwaltsnotaren zumindest nicht generell versagt werden, sich im Rahmen ihrer anwaltlichen Tätigkeit nach dem anwaltlichen Werberecht zu richten.⁶ Wie auch § 29 Abs. 2 BNotO zeigt, muss der Anwaltsnotar sein Werbeverhalten bezüglich der rechtsanwaltlichen Tätigkeit klar von derjenigen als Notar trennen, insbesondere darf sich die ihm als Anwalt erlaubte Werbung nicht auf seine Tätigkeit als Notar erstrecken. Auf die besondere Situation von Anwaltsnotaren wird im nachfolgenden Text im Übrigen teilweise gesondert eingegangen.

³ Vgl. *Görk*, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 1; *Sandkühler*, in: Arndt/Lerch/Sandkühler, BNotO, 8. Aufl. 2016, § 29 BNotO, Rn. 7.

⁴ BGH, NJW-RR 2002, 58; BGH, NJW-RR 2002, 1493, 1494; BGH, DNotZ 1986, 186, 187; BGH, DNotZ 1984, 246, 248.

⁵ BNotK, Rundschreiben Nr. 26/2003, Ziff. 5.; *Becker*, NotBZ 1999, 239, 243.

⁶ Vgl. hierzu etwa OLG Celle, DNotZ 2006, 874.

B. Entwurf mit Begründung zu den Änderungsvorschlägen bzw. Klarstellung zu den unverändert bleibenden Empfehlungen

VII. Auftreten des Notars in der Öffentlichkeit und Werbung

1.1. Der Notar darf mittels analoger und digitaler Kommunikationsmittel über die Aufgaben, Befugnisse und Tätigkeitsbereiche der Notare öffentlichkeitswirksam unterrichten, auch durch Veröffentlichungen, Vorträge und Äußerungen in den Medien.

Begründung der Änderung:

Die Regelung spiegelt die grundsätzlichen hinter § 29 BNotO und RL-E VII stehenden Erwägungen wider. Der Notar darf über das Amt des Notars und dessen Tätigkeit abstrakt informieren. Entsprechend sind Auftritte vor Publikum oder Veröffentlichungen (und zwar auch außerhalb juristischer Literatur) erlaubt und erwünscht, solange der Notar darauf verzichtet, sich als Person bzw. ein ganz spezielles eigenes Angebot in den Vordergrund zu stellen.

Diese Grundsätze sollen medienoffen gelten und ausdrücklich auch auf neue digitale Formen der Kommunikation, etwa soziale Medien, Anwendung finden. Die bisherige Formulierung „in den Medien“ könnte demgegenüber zu einseitig mit den klassischen Print- und Funkmedien assoziiert werden. Daher wird hier die neue Formulierung „analoge und digitale Kommunikationsmittel jeder Art“ gewählt.

Ebenso wie eine regelmäßig stattfindende Vortragsreihe vor anwesendem Publikum (sei es etwa eine Gastvorlesung an der Universität, ein Vortrag in der Volkshochschule oder eine Informationsveranstaltung im Seniorenheim) ist demnach auch der Auftritt in der digitalen Welt zumindest in den Grenzen der Ziff. 1.1 RL-E VII gestattet. Erfasst sind hier insbesondere Auftritte in sozialen Netzwerken (etwa „Facebook“, aber auch „LinkedIn“ oder „Instagram“) und über Videoplattformen (etwa „YouTube“), ferner auch das Betreiben einer eigenen Webseite.⁷

Solange eine bloß informatorische, ggf. sogar lehrende Darstellung von Zuständigkeit und Amt des Notars im Vordergrund steht und es sich bei der Bekanntmachung der Person des Notars um einen bloßen „Nebeneffekt“⁸ handelt, liegt lediglich sog. werbewirksames Verhalten vor,⁹ welches grundsätzlich statthaft ist. Sobald allerdings die konkrete Absicht hinzukommt, gerade durch Herausstellen der Person des Notars

⁷ Das Betreiben einer Internetseite ist jedenfalls zulässig, was bereits aus Ziff. 6 RL-E VII hervorgeht (siehe dazu außerdem Rundschreiben BNotK Nr. 21/2000).

⁸ Görk, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 2.

⁹ S. hierzu BVerfG, DNotZ 1998, 69, 72.

Mandatsverhältnisse zu gewinnen, liegt nicht mehr werbewirksames Verhalten, sondern gezielte Werbung vor, welche sich zusätzlich an den nachfolgenden Ziffern zu messen hat.

So kann die Nutzung des Mediums Hörfunk etwa zulässig sein, wenn sich der Notar im Rahmen einer Radiosendung zu den Aufgaben, Befugnissen und Tätigkeitsbereichen der Notare oder allgemeine Rechtsfragen äußert. In diesem Fall führt der informatorische Charakter der Aussage dazu, dass die Wahl des Mediums in den Hintergrund tritt. Ein informatorischer Charakter kann insbesondere dann zum Ausdruck kommen, wenn nicht der auftretende Notar in den Vordergrund gerückt wird, sondern wenn ausdrücklich darauf verwiesen wird, dass die angesprochenen Leistungen von jedem Notar gleichermaßen erbracht werden können.

1.2. Werbung ist dem Notar insoweit verboten, als sie Zweifel an der Unabhängigkeit oder Unparteilichkeit des Notars zu wecken geeignet oder aus anderen Gründen mit seiner Stellung in der vorsorgenden Rechtspflege als Träger eines öffentlichen Amtes nicht vereinbar ist.

– keine Änderung –

Klarstellung:

Die Regelung hat – mit Blick auf §§ 14, 29 BNotO – lediglich gesetzeswiederholenden Charakter.¹⁰ Sie kann auch vor dem Hintergrund der Möglichkeiten des Auftritts in der digitalen Welt unverändert beibehalten werden und ist medienoffen zu interpretieren. Ist ein Anschein der Beeinträchtigung der Unabhängigkeit und Unparteilichkeit gegeben, ist das entsprechende Auftreten des Notars unzulässig, und zwar losgelöst vom konkret gewählten Medium. Ziff. 1.2. wird durch die Regelbeispiele in der nachfolgenden Ziff. 1.3. konkretisiert.

1.3. Mit dem öffentlichen Amt des Notars unvereinbar ist ein Verhalten insbesondere, wenn

– keine Änderung –

¹⁰ Görk, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 7; Miermeister/de Buhr, in: Franz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 5.

a) es auf die Erteilung eines bestimmten Auftrags oder Gewinnung eines bestimmten Auftraggebers gerichtet ist,

– keine Änderung –

Klarstellung:

Diese Regelung bedarf keiner Änderung. Im digitalen Kontext lässt sie sich so verstehen, dass die unaufgeforderte Kontaktaufnahme („Direktmarketing“, „Kaltakquise“) in der elektronischen Kommunikation (z. B. im Wege der E-Mail) untersagt ist. Das notarielle Berufsrecht ist hier aufgrund der öffentlichen Amtsstellung des Notars deutlich strenger als das anwaltliche Berufsrecht und untersagt die Kontaktaufnahme zur konkreten Akquise generell, auch wenn diese nicht der Erteilung eines bestimmten Auftrags, sondern nur der Gewinnung eines bestimmten Auftraggebers dient. Selbstverständlich sind hiervon auch Verhaltensweisen umfasst, die generell auf die Erzielung nicht nur eines, sondern mehrerer Aufträge gerichtet sind.

Die Amtswidrigkeit folgt aus der Aufdringlichkeit eines solchen Vorgehens, das den Eindruck erwecken kann, die Umsatzerhöhung sei das entscheidende Motiv des Handelns.¹¹ Das anwaltliche Berufsrecht hingegen verbietet nur Werbung um die Erteilung eines Mandats im konkreten Einzelfall, nicht aber konkrete Werbung um eine Vielzahl von Mandaten.¹² Diese Differenzierung ist auch verfassungsrechtlich zulässig.¹³

Die berufsrechtliche Zulässigkeit einer Beteiligung an „Auswahlverfahren“, die durch potentielle Auftraggeber abgehalten werden, um Ressourcen und Kapazitäten an einzelnen Notarstellen zu ermitteln, ist streng an den Voraussetzungen von Ziff. 1.3. lit. a) RLE VII zu messen. Mit Blick auf den Grundsatz der freien Notarwahl und auf die Personengebundenheit des Notaramts ist jedoch ein gewisses Interesse von potentiellen Auftraggebern an einer Auswahl des Notars anzuerkennen. Als zulässig anzusehen ist es noch, wenn der einzelne Notar gegenüber einem potentiellen Auftraggeber auf dessen ausdrückliche Anfrage hin Auskünfte hinsichtlich der Größe, hinsichtlich der sachlichen wie personellen Ausstattung der Notarstelle und im Einzelfall – unter Berücksichtigung der Anforderungen des § 18 BNotO – auch hinsichtlich etwaiger Vorerfahrungen erteilt. Weiter darf der Notar auf Einzelanfrage eine besondere Bereitschaft an der Beurkundung besonders ungewöhnlicher Fallkonstellationen bekunden. Für eine „Ausschreibung“ von Beurkundungsleistungen insbesondere durch Träger der öffentlichen Hand, etwa städtische Wohnungsbaugesellschaften, gilt: Die Initiative zu derartigen

¹¹ Miermeister/de Buhr, in: Frenz/Miermeister, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 8.

¹² Vgl. hierzu jüngst BGH, NJW-RR 2018, 1086; Träger, in: Feuerich/Weyland, BRAO, 9. Aufl. 2016, § 43b BRAO, Rn. 31.

¹³ BVerfG, DNotZ 1998, 69, 71; vgl. ferner Diehn, in: Diehn, BNotO, 2. Aufl. 2019, § 29 BNotO, Rn. 4.

Informationen darf weder vom Notar ausgehen, noch darf der Notar nach außen kommunizieren, dass er im Rahmen einer derartigen „Ausschreibung“ ausgewählt wurde.

Weiter darf sich der Notar nach dem Grundsatz der Ziff. 1.3. lit. b) und lit. c) RLE VII nicht an einem von Dritten abgehaltenen Wettbewerb beteiligen, bei welchem er ein spezielles Angebot in der Weise herausstellt, dass er für sich einen Aufmerksamkeitsvorsprung in Anspruch nimmt. Dies ist etwa dann der Fall, wenn konkrete, an einzelnen Parametern orientierte Ranglisten von Notarkollegen errichtet werden sollen.

b) es durch Form, Inhalt, Häufigkeit oder auf sonstige Weise den Eindruck der Gewerblichkeit vermittelt, insbesondere den Notar oder seine Dienste reklamehaft herausstellt,

Begründung der Änderung:

Die Änderung steht im Zusammenhang mit der vorgeschlagenen Streichung von Ziff. 4. RL-E VII, wodurch eine medienoffenere Gestaltung der Richtlinienempfehlungen erreicht werden soll (s. daher ergänzend auch die dortige Begründung).

Die Kriterien Form, Inhalt, Häufigkeit und Sonstiges sind von der bisherigen Ziff. 4. RL-E VII übernommen und konkretisieren den Begriff der Gewerblichkeit weiter gegenüber der bisherigen Formulierung. Eine inhaltliche Änderung ist damit nicht verbunden.

Trotz der etymologischen Verwandtschaft ist nach neuem Verständnis nicht jede Art der Werbung gewerblich.¹⁴ Vielmehr ist Gewerblichkeit erst dann anzunehmen, wenn das Werbeverhalten eine Plakativität aufweist, welche vom Werbeverhalten klassischer Gewerbetreibender nicht mehr zu unterscheiden ist,¹⁵ insbesondere wenn die Werbung aufdringlich oder reißerisch aufgemacht ist¹⁶ oder wenn die Umsatzsteigerung als entscheidendes Motiv der Werbemaßnahme nach außen tritt.¹⁷ Ob der Eindruck der Gewerblichkeit zu bejahen ist, ergibt sich aus einer Gesamtbetrachtung des Verhaltens. Maßgebliche Abwägungsfaktoren sind hierbei speziell gewähltes Medium (=Form), Aussage (=Inhalt) und Intensität (=Häufigkeit).¹⁸ Weitere Faktoren können hinzutreten (=sonstige Weise), so kann im Einzelfall etwa die Höhe der für die Werbemaßnahme aufgewendeten Mittel in die Gesamtbetrachtung einfließen.

¹⁴ Miermeister/de Buhr, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, § 29 BNotO, Rn. 2.

¹⁵ Görk, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 10; Wöstmann, NotP 2002, 51, 56.

¹⁶ Miermeister/de Buhr, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 9.

¹⁷ Miermeister/de Buhr, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 8.

¹⁸ Vgl. BVerfG, NJW 1996, 3067, 3069 (in Bezug auf ein Werbeverbot für Apotheker).

Die Ergänzung der Empfehlung um die Begriffe Form, Inhalt, Häufigkeit und sonstige Weise will dieser Gesamtbetrachtung Rechnung tragen und so für eine trennschärfere Abgrenzung zwischen zulässigem und unzulässigem Verhalten führen.

Die bisherige Ziff. 4. geht in dieser Neuregelung auf, ohne dass damit eine inhaltliche Änderung verbunden wäre.¹⁹ Die bereits bisher geltenden Grundsätze für Anzeigen (d. h. Inserate in Zeitungen oder Online-Medien, die den Leser bzw. Nutzer initiativ erreichen sollen, ohne dass dieser zuvor eine Suche durchgeführt hat) gelten weiter. Das bedeutet insbesondere, dass für derartige Anzeigen in aller Regel ein konkreter Anlass erforderlich ist (etwa Adressänderung, Neubestellung eines Notars, Stellenanzeigen, Hinweis auf Vortrag des Notars o. ä.).²⁰ Dies ergibt sich bereits aus einer Zusammenschau mit Ziff. 1.3. lit. d) RLE-VII.

Die Nennung des Notars als Sponsor für ein – gemeinnütziges oder auch nicht gemeinnütziges – Projekt dürfte im Zusammenhang mit der Amtsbezeichnung nicht statthaft sein, da es den Eindruck der Gewerblichkeit vermittelt. Lediglich ohne Amtsbezeichnung, also als „Privatperson“, ist eine derartige Nennung vorstellbar.

Weiter dürfen Anzeigen auch in Bezug auf Form und Inhalt nicht reißerisch sein. Auch die sonstigen Vorgaben der Richtlinienempfehlungen sind hierbei natürlich zu beachten, so ist etwa auch eine Werbeanzeige im Rahmen von Sponsoring (ebenso wie die bloße Nennung als Sponsor in Zusammenhang mit der Amtsbezeichnung) nicht statthaft, weil hierbei die Gefahr besteht, dass der Anschein der Parteilichkeit und Abhängigkeit erweckt wird i. S. d. Ziff. 1.2.²¹

Aufgrund der Medienoffenheit der Formulierung gilt diese Richtlinienempfehlung für analoge wie für digitale Verhaltensweisen gleichermaßen. Sie erstreckt sich im Hinblick auf den Auftritt in der digitalen Welt z. B. auch auf die Veröffentlichung von Videos über eine social-media-Plattform (s. auch bereits die Klarstellung zu Ziff. 1.1).

Gezielte Fernseh-, Hörfunk- oder Plakatauftritte dürften nach der Gesamtabwägung zumindest im Regelfall unzulässig sein.²² Die Unzulässigkeit folgt daraus, dass bei der Wahl dieser Medien regelmäßig aus praktischen Gründen kein Raum für die Platzierung der zur Zulässigkeit des Auftritts führenden Inhalte vorhanden ist. Eine rein informative Darstellung der Tätigkeiten der Notare auf einem Plakat oder auch in einem Radiowerbespot ist schwer vorstellbar, ohne dass die Bezugnahme auf den sich äußernden Amtsträger zu dominant in den Vordergrund tritt. In diesem Fall überlagert also die

¹⁹ S. hierzu auch unten die Begründung zur Streichung der bisherigen Ziff. 4.

²⁰ *Görk*, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 20; *Sandkühler*, in: Arndt/Lerch/Sandkühler, BNotO, 8. Aufl. 2015, § 29 BNotO, Rn. 12.

²¹ Ähnlich *Diehn*, in: Diehn, BNotO, 2. Aufl. 2019, § 29 BNotO, Rn. 30.

²² *Görk*, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 9; *Miermeister/de Buhr*, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII Rn. 10.

Wahl des Mediums den Inhalt der Aussage. Ausnahmen dürften im Einzelfall nur bei konkretem sachlichem Anlass gelten, etwa im Rahmen von Stellenanzeigen.

Ähnliches dürfte für diejenigen „social media“ gelten, welche sich typischerweise für eine sachliche Information der Bevölkerung nicht eignen (z. B. „Instagram“). Bei sonstigen sozialen Medien ist im Einzelfall abzuwägen, ob die Grenze der Gewerblichkeit überschritten ist. Diese Grenze dürfte bei sozialen Medien wie „Facebook“ oder „YouTube“ rasch erreicht sein, wenngleich diese Medien grundsätzlich auch eine sachliche Information der Bevölkerung erlauben.

c) es eine wertende Selbstdarstellung des Notars oder seiner Dienste enthält,

– keine Änderung –

Klarstellung:

Auch diese Empfehlung ist medienoffen formuliert und daher für den digitalen Bereich des Werbeverhaltens unverändert beizubehalten. Sie steht in engem Zusammenhang zu Ziff. 1.3. lit. b) RL-E VII und erweitert diese Empfehlung insoweit, als eine wertende, d. h. gegenüber anderen Notarkollegen besonders herausgehobene, Selbstdarstellung ausscheidet. Dies betrifft etwa die Darstellung als „Jahrgangsbester“ oder die Bezugnahme auf Abschlussnoten, Platzziffern oder erhaltene Stipendien auf der Internetseite.

Im Übrigen wird auf die Klarstellung bzw. Begründung zu Ziff. 1.1. und Ziff. 1.3. lit. b) RL-E VII verwiesen.

d) der Notar ohne besonderen Anlass allgemein an Rechtsuchende herantritt,

– keine Änderung –

Klarstellung:

Diese Empfehlung ergänzt Ziff. 1.3. lit. a) RL-E VII und verbietet jedes anlasslose Herantreten an einzelne Rechtsuchende. Auch hier veranlasst die Digitalisierung keine Änderung der Richtlinienempfehlung. Ergänzend wird auf die Begründung zu Ziff. 1.3. lit. a) RL-E VII verwiesen.

e) es sich um irreführende Werbung handelt.

– keine Änderung –

1.4. Der Notar darf muss darauf hinwirken, dass eine dem öffentlichen Amt widersprechende Werbung durch Dritte nicht dulden unterlassen wird. Amtswidrige Drittwerbung kann zum Anschein der Abhängigkeit und Parteilichkeit des Notars führen.

– keine Änderung –

Begründung:

Ziffer VII.1.4. der Richtlinienempfehlungen führt in der Praxis der Notarkammern durchaus zu Herausforderungen. Diese ergeben sich vor allem daraus, dass sowohl in den Printmedien als auch im digitalen Bereich immer häufiger auch in wertender Weise über Notare berichtet, direkt für diese geworben oder zumindest eine Kurzbewertung über sie abgegeben wird. Wiederkehrende Phänomene in diesem Bereich sind zum Beispiel in Fachverlagen veröffentlichte „Rankings“ bei Befragungen in einzelnen Marktsegmenten,²³ aber auch Eintragungen in online einsehbaren Bewertungsportalen. Die Besonderheit der Darstellung des Notars in derartigen Publikationen besteht darin, dass sie auch ohne Zutun des jeweiligen Notars erfolgen. Aus Sicht der Dritten sind derartige Veröffentlichungen auch statthaft, da diese dem notariellen Berufsrecht nicht unterworfen sind.

Bloß subjektive Bewertungen durch Dritte (etwa auf „Google Maps“) dürften auch im Lichte des notariellen Berufsrechts statthaft sein, weil es sich insoweit um bloße Meinungsäußerungen handelt. Etwas anderes gilt aber dann, wenn die Schwelle der Meinungsfreiheit der Dritten überschritten wird und ein werbender Charakter hinzutritt. Dies ist etwa bei der Empfehlung eines konkreten Notars („unser Hausnotar“ o. ä.) auf der Internetseite eines Dritten der Fall, aber auch bei der Veröffentlichung von „Notar-Rankings“. In diesen Fällen ist der Notar aus berufsrechtlicher Sicht weiterhin gehalten, im Rahmen des ihm Zumutbaren gegen jede Art von Drittwerbung aktiv vorzugehen, die dem Charakter des notariellen Amtes widerspricht.

²³ Vgl. etwa die Publikation über Notare im sog. JUVE-Handbuch des JUVE-Verlags, <https://www.juve.de/handbuch/de> [zuletzt abgerufen am 08.09.2020].

Die Notarkammern sind auch mit einer Kompetenz zum Erlass einer derartigen Richtlinie ausgestattet. Gemäß § 67 Abs. 2 Satz 3 Nr. 7 BNotO können die von den Notarkammern begebenen Richtlinien – wozu die Bundesnotarkammer gem. § 78 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 BNotO die vorliegenden Empfehlungen aussprechen kann – das nach § 29 BNotO zu beachtende Verhalten regeln. § 29 BNotO statuiert die Pflicht des Notars, gewerbliches Verhalten und insbesondere dem öffentlichen Amt widersprechende Werbung zu unterlassen.

Der Wortlaut von Ziff. 1.4. RL-E VII. fordert vom Notar, gegen von Dritten veranlasste Werbung aktiv vorzugehen, erlegt ihm also eine Handlungspflicht auf. Aus § 29 BNotO folgt eine solche Handlungspflicht zwar nicht unmittelbar,²⁴ jedoch ist zu berücksichtigen, dass der Notar kraft seiner Amtsstellung eine Garantenstellung innehat, die ihm im Ergebnis trotz des Wortlauts des § 29 BNotO und ungeachtet seines Verursachungsbeitrags eine aktive Handlungspflicht auferlegt.

Es ist allgemein anerkannt, dass eine Unterlassenspflicht dann in eine Handlungspflicht umschlagen kann, wenn der Verpflichtete eine Sonderstellung einnimmt, welche von ihm aktives Einschreiten verlangt. Eine derartige Sonderstellung kann sich u. a. aus einer besonderen Pflichtenstellung ergeben, etwa als öffentlicher Amtsträger. So hat etwa ein Amtsträger, der zur Aufnahme öffentlicher Urkunden befugt ist, innerhalb seiner Zuständigkeit eine Handlungspflicht, eine den Anschein einer öffentlichen Urkunde erweckende Falschbeurkundung durch einen Extraneus, d. h. einen Nicht-Amtsträger, dem vom Strafgesetzbuch vorausgesetzte besondere Tätereigenschaften fehlen, zu verhindern.²⁵ Ebenso vermittelt die in § 14 Abs. 3 Satz 1 BNotO verankerte Verpflichtung des Notars, sich innerhalb und außerhalb seines Amtes der Achtung und des Vertrauens, die dem Notaramt entgegengebracht werden, würdig zu zeigen, die besondere Pflichtenstellung des Notars, gegen unerlaubte Drittwerbung einzuschreiten.

Die Richtlinienempfehlung kann auf § 14 Abs. 3 BNotO selbst gestützt werden, wozu ebenfalls eine Empfehlungskompetenz der Bundesnotarkammer (und eine Richtlinienkompetenz der regionalen Notarkammern) gem. § 78 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 i. V. m. § 67 Abs. 2 Satz 3 Nr. 2 BNotO besteht.

Schwierig gestaltet sich in der Praxis oftmals die Erfüllung der in Ziff. 1.4. RL-E VII auferlegten Pflicht. Hier wird man sich auf das dem Notar im Einzelfall Zumutbare beschränken müssen. Die Neuformulierung stellt diese Beschränkung auf das Zumutbare

²⁴ So geht das Schrifttum – gestützt durch einen Beschluss des OLG Zweibrücken – davon aus, dass die Notarkammern zur Begründung im förmlichen Gesetz nicht selbst enthaltener Pflichten nicht befugt seien, vgl. OLG Zweibrücken, NJW-RR 2016, 1527; ebenso bereits *Miermeister/de Buhr*, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 16; *Sandkühler*, in: Arndt/Lerch/Sandkühler, BNotO, 8. Aufl. 2016, § 29 BNotO, Rn. 32; ähnlich *Wöstmann*, ZNotP 2002, 51, 58; s. außerdem BGH, DNotZ 2010, 75, 76.

²⁵ *Bosch*, in: Schönke/Schröder, StGB, 30. Aufl. 2019, § 13 StGB, Rn. 31a.

deutlicher heraus, indem sie davon spricht, dass der Notar darauf „hinwirken“ muss, dass die amtswidrige Drittwerbung unterlassen wird.

So dürfte es dem Notar kaum zumutbar sein, sämtliche Drittveröffentlichungen auf das Vorhandensein amtswidriger Aussagen zu durchsuchen. Zum anderen kann die rechtliche Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen gegen Dritte (vor allem im Online-Bereich) erschwert sein. Dritte sind nämlich nicht dem notariellen Berufsrecht unterworfen, sondern nur dem UWG;²⁶ daher mangelt es oftmals bereits an einer Anspruchsgrundlage und der Notar ist auf die Kooperationsbereitschaft dieser Dritten angewiesen.

Weiter sind Dritte aus rein praktischer Sicht oftmals nicht greifbar oder erst nach längerer Korrespondenz bereit, die amtswidrige Drittwerbung zu löschen. Die Löschung positiver Aussagen wird in der Regel sehr schwierig durchzusetzen sein, da insbesondere Dritte in diesen Fällen keine Veranlassung zur Löschung sehen.

Letztlich ist dem Notar zumindest dann nicht (mehr) zuzumuten, auf eine Löschung des Eintrags hinzuwirken, wenn diese in rechtlicher und tatsächlicher Hinsicht nicht erfolgversprechend ist.²⁷

Schließlich stellt der neu geschaffene Satz 2 klar, dass auch eine nicht vom Notar veranlasste amtswidrige Drittwerbung im Einzelfall zum Anschein der Abhängigkeit und Parteilichkeit führen kann, sodass die Beurkundung gem. § 4 BeurkG i. V. m. § 14 Abs. 3 S. 2 BNotO abzulehnen wäre. Dies könnte je nach Einzelfall etwa dann anzunehmen sein, wenn ein Bauträger einen Notar öffentlich als Referenz anführt.

Die hier behandelte Ziffer 1.4. bezieht sich freilich nur auf Drittwerbung, die nicht auf Veranlassung des Notars initiiert wurde. Handelt es sich hingegen um eine auf Initiative des Notars publizierte Werbemaßnahme, unterliegt der Notar den allgemeinen Regeln des notariellen Werberechts. Untersagt ist es dem Notar daher in jedem Fall, durch direkte oder indirekte Hinweise eine öffentliche Bewertung seiner Tätigkeit zu veranlassen oder herauszufordern. Dies betrifft insbesondere etwa den Fall, dass der Notar Mandanten animiert, für ihn positive Bewertungen auf Onlineportalen abzugeben. In diesem Fall liegt – da durch den Notar selbst veranlasst – ein direkter Verstoß gegen Ziff. 1.3.c) der Richtlinienempfehlungen (wertende Selbstdarstellung des Notars) vor.

²⁶ Miermeister/de Buhr, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII Rn. 17.

²⁷ Ähnlich BVerfG, NJW 1992, 2341, 2342 f. zur Drittwerbung für einen Arzt.

2.1. Der Notar darf im Zusammenhang mit seiner Amtsbezeichnung akademische Grade, den Ehrentitel Justizrat und den Professorentitel führen.

Begründung der Änderung:

Die Änderung stellt klar, dass hierunter nur der Ehrentitel Justizrat zu verstehen ist und nicht die Amtsbezeichnung Justizrat.

Dies schließt nicht aus, dass in den Richtlinien betroffener regionaler Notarkammern insoweit weitere Präzisierungen vorzunehmen sind.

Ferner ist unter Führung akademischer Grade auch die Führung ausländischer akademischer Grade zu verstehen. Diese ist in den Hochschulgesetzen der Länder im Wesentlichen gleichlautend geregelt, basierend auf dem Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 14.04.2000 über die Grundsätze für die Regelung der Führung ausländischer Hochschulgrade. Eine Klarstellung in der Richtlinienempfehlung hierzu erscheint nicht notwendig, da die entsprechenden Hochschulgesetze ohnehin auf den Notar anwendbar sind.

2.2. Hinweise auf bestehende oder ehemalige weitere Tätigkeiten i. S. von § 8 Abs. 1, 3 und 4 BNotO sowie und auf Ehrenämter sowie auf Auszeichnungen sind im Zusammenhang mit der unmittelbaren Amtsausübung unzulässig.

Begründung der Änderung:

Diese Regelung ist auch auf das Auftreten des Notars in der digitalen Öffentlichkeit anwendbar. Insoweit wird auf die entsprechenden Ausführungen im Rundschreiben der Bundesnotarkammer Nr. 21/2000, S. 4 f., verwiesen.

In diesem Rundschreiben wird die Formulierung „im Zusammenhang mit der Amtsausübung“ auch generell auf Auftritte des Notars in der Öffentlichkeit bezogen.²⁸ Die überwiegende Literaturansicht weicht hiervon freilich ab und will eine Nennung von Nebentätigkeiten und Ehrenämtern nur im Zusammenhang mit der unmittelbaren Amtsausübung nicht gestatten,²⁹ im Übrigen aber schon.

Der letztgenannten Ansicht ist in Abweichung vom Rundschreiben Nr. 21/2000 nun aufgrund der fortschreitenden technischen Entwicklung der Vorzug zu geben.

²⁸ Ähnlich auch *Ring*, NJOZ 2009, 448, 465.

²⁹ So etwa *Diehn*, in: Diehn, BNotO, 2. Aufl. 2019, § 29 BNotO, Rn. 23, Rn. 28 ff.; *Miermeister/de Buhr*, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 22; *Schäfer*, in: Schippel/Bracker, BNotO, 9. Aufl. 2011, § 29 BNotO, Rn. 18, ähnlich *Frisch*, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, § 29 BNotO, Rn. 28 (begrifflich differenzierend zwischen Amtstätigkeit und Amtsausübung).

Denn in einer bloßen Angabe von Nebentätigkeiten oder Ehrenämtern ist per se noch kein Anschein der Abhängigkeit und Parteilichkeit zu erblicken. Ebenso wenig ist die Angabe von Nebentätigkeiten oder Ehrenämtern per se irreführend. Dies ermöglicht zukünftig die Darstellung auch auf der Internetseite.

Daher wird nun ausdrücklich klargestellt, dass nur die Nennung im Zusammenhang mit der unmittelbaren Amtsausübung grundsätzlich nicht gestattet ist. Unter unmittelbarer Amtsausübung ist die Verwendung auf Urkunden und auf Schreiben des Notars, insbesondere auf dem Briefpapier oder in E-Mails, zu verstehen. Weiter gehört auch das Siegel und allgemein das Führen des Landeswappens zur unmittelbaren Amtsausübung, sodass auch in diesem Zusammenhang die Erwähnung der Nebentätigkeit oder des Ehrenamts unzulässig ist.

Zur mittelbaren Amtsausübung hingegen gehören alle Tätigkeiten, die in einem weiteren Sinne mit der Tätigkeit als Notar im Zusammenhang stehen, jedoch keinen direkten Zusammenhang zur hoheitlichen Amtsausübung haben. Dies betrifft insbesondere die Darstellung von ausgeübten Nebentätigkeiten oder Ehrenämtern im Rahmen eines auf der Internetseite des Notars aufgeführten allgemeinen Lebenslaufs. Weiter betrifft dies die Bezugnahme auf Nebentätigkeiten, Ehrenämter und Auszeichnungen im Rahmen einer sonstigen öffentlichkeitsbezogenen Tätigkeit mit Bezug auf das Notaramt, etwa im Rahmen eines Vortrags, einer Lehrveranstaltung oder einer wissenschaftlichen Publikation.

Die Ausübung des Ehrenamts oder der Nebentätigkeit selbst gehört im Grundsatz nicht zur Amtsausübung; daher können schon mangels Satzungscompetenz insoweit keine Richtlinienempfehlungen ausgesprochen werden. Insbesondere kann die Führung des Notartitels nicht grundsätzlich abgesprochen werden, weil es sich dabei nicht nur um eine Amts-, sondern um eine Berufsbezeichnung handelt. Deshalb ist es einem Anwaltsnotar etwa unbenommen, sich im Rahmen seiner Tätigkeit als Insolvenzverwalter auch als Rechtsanwalt und Notar zu bezeichnen. Die grundsätzliche Zulässigkeit der Angabe von Ehrenämtern außerhalb der unmittelbaren Amtsausübung ändert freilich nichts daran, dass die allgemeinen Grundsätze der Ziff. 1.2. und 1.3. dennoch Beachtung finden müssen. Dies gilt insbesondere für den Anschein der Abhängigkeit und Parteilichkeit. Vor diesem Hintergrund ist es beispielsweise nicht statthaft, den Vorsitz in einem Haus- und Grundbesitzerverein zu verlautbaren.

Schließlich wird mit der Neufassung klargestellt, dass auch ehemalige Tätigkeiten und Ehrenämter vom Regelungsgehalt dieser Richtlinienempfehlung erfasst sind, ebenso Auszeichnungen.

3. Der Notar darf sich nur in solche allgemein zugängliche Verzeichnisse aufnehmen lassen, die allen örtlichen im Verbreitungsgebiet des Verzeichnisses ansässigen Notaren gleichermaßen offenstehen. Weitere Maßnahmen zur Verbesserung seiner Auffindbarkeit, insbesondere auch Zusatzleistungen zur bloßen Eintragung, darf der Notar nur insoweit ergreifen bzw. in Anspruch nehmen, als diese einer unbegrenzten Anzahl von Leistungsempfängern zur Verfügung stehen. Für elektronische Veröffentlichungen, insbesondere Suchmaschinen, gilt dies gelten die vorstehenden Grundsätze entsprechend.

Begründung der Änderung:

a) Gewachsene Bedeutung von Online-Dienstleistungen

Die stark gewachsene Bedeutung von Online-Dienstleistungen, insbesondere von Suchmaschinen im Internet, führt hier zu Änderungsbedarf. Die bisherige Formulierung ist hinsichtlich der Verzeichnisse einseitig auf gedruckte Branchenverzeichnisse zugeschnitten. Derartige (oftmals nur lokal herausgegebene) Branchenverzeichnisse spielen in der heutigen Wirklichkeit nur noch eine untergeordnete Rolle. Branchenverzeichnisse wurden mittlerweile weitgehend durch Suchmaschinen im Internet abgelöst, allen voran durch den Primus „Google“. Im Gegensatz zu den gedruckten Verzeichnissen wirken die Suchmaschinen nicht mehr lokal, sondern global, und bieten eine Vielzahl von – kostenpflichtigen wie kostenlosen – Möglichkeiten zur Optimierung der Auffindbarkeit eigener Inhalte.

b) Entwicklung von lokalen zu globalen Verzeichnissen (Satz 1)

Der Entwicklung von lokalen Verzeichnissen in der analogen Welt zu global angelegten Datenbanken in der digitalen Umgebung trägt die Änderung des Satzes 1 Rechnung, welcher sich nicht mehr nur auf lokale Verzeichnisse beschränkt, die allen örtlichen Notaren offenstehen, sondern abstrakt auf das Verbreitungsgebiet des jeweiligen Verzeichnisses Bezug nimmt.

Weiter stellt Satz 1 klar, dass nur dann in einem Verzeichnis inseriert werden darf, wenn dieses allen im Verbreitungsgebiet ansässigen Notaren gleichermaßen offensteht. Damit wird das bisher nur für alle örtlichen Notare geltende Gleichheitskriterium auf global angelegte Verzeichnisse erstreckt; in der allgemeinen Bezugnahme auf das Verbreitungsgebiet des Verzeichnisses umfasst die Neuregelung jedoch auch den bisherigen Regelungsgehalt für örtliche Verzeichnisse mit. Unter „allen ansässigen Notaren gleichermaßen offenstehen“ ist zu verstehen, dass es nicht ausreicht, wenn die entsprechenden Suchergebnisse einem Zufallsprinzip folgen, sondern dass es möglich sein muss, dass alle ansässigen Notare gleichzeitig als Suchergebnis erscheinen.

Jedoch schließt die Anknüpfung an das Verbreitungsgebiet des Verzeichnisses nicht aus, dass ein Notar auch in Verzeichnissen, deren Verbreitungsgebiet nicht seinen Sitz umfasst, inseriert.³⁰ Allerdings sind hier die Grundsätze des Irreführungsverbots zu beachten.

c) Verbesserungsmaßnahmen, insbesondere Zusatzleistungen (Satz 2)

Satz 2 nimmt – in der Regel kostenpflichtige – Verbesserungsmaßnahmen, insbesondere Zusatzleistungen, wie etwa eine besonders prominente Platzierung oder einen optisch besonders hervorgehobenen Eintrag, in Bezug. Es wird nunmehr klargestellt, dass derartige Maßnahmen grundsätzlich ergriffen werden können. Jedoch muss diese Zusatzleistung einer unbegrenzten Zahl von Inserenten offenstehen. Die Inanspruchnahme von Zusatzleistungen, die mit einer Kapazitätsbeschränkung verbunden sind (etwa die zahlenmäßige Begrenzung besonders hervorgehobener Einträge), ist daher nicht gestattet. Dies gilt schon nach dem Wortlaut der Regelung auch dann, wenn die kapazitätsbeschränkende Höchstzahl die Zahl der im Verbreitungsgebiet ansässigen Notare nicht unterschreitet, da diese Kapazität auch durch andere Branchen ausgeschöpft werden kann. Sonstige Verbesserungsmaßnahmen nebst Zusatzleistungen sind insbesondere bei elektronischen Veröffentlichungen von Bedeutung (s. hierzu die Begründung unter e)bb)).

Selbstverständlich ist, dass im Rahmen der Verzeichnisse die in Ziff. 1.1. bis 1.3. niedergelegten Grundsätze zu beachten sind. Der Inhalt der Veröffentlichung im jeweiligen Verzeichnis muss also den Grundsätzen des notariellen Werberechts entsprechen. Dies gilt insbesondere für Zusatzleistungen. Auch wenn nun klargestellt ist, dass diese grundsätzlich in Anspruch genommen werden können, darf eine besonders hervorgehobene Platzierung selbst etwa nicht reißerisch-reklamhaft sein. Die Aufnahme in ein Verzeichnis ist ferner aufgrund des gewerblichen Charakters dann nicht statthaft, wenn dieses Verzeichnis nicht nur Einträge verlautbart, sondern selbst als Auftragsvermittler fungiert.³¹ Weiter ist auch die Aufnahme in ein Verzeichnis nicht gestattet, das ein irgendwie geartetes „Ranking“ von Notaren vornimmt, soweit es sich nicht um bloße Meinungsäußerungen handelt; dies widerspräche Ziff. 1.3. lit. c) RL-E VII.

e) Geltung für elektronische Veröffentlichungen (Satz 3)

Satz 3 überträgt – wie bereits bisher – die vorstehenden Bestimmungen ausdrücklich in die digitale Welt. Hierbei ist unverändert von elektronischen Veröffentlichungen die Rede und nicht von Verzeichnissen, um die Formulierung technologieoffener zu halten; so ist etwa auch die Auffindbarkeit in Suchmaschinen sowie die Platzierung in sozialen

³⁰ Dies ist verfassungsrechtlich zwingend, vgl. BVerfG, DNotZ 2006, 226.

³¹ *Diehn*, in: *Diehn*, BNotO, 2. Aufl. 2019, § 29 BNotO, Rn. 33.

Netzwerken von der Regelung umfasst, obschon es sich hierbei nicht um ein „Verzeichnis“ im engeren Sinne handeln dürfte. Für Suchmaschinen ist dies nochmals ausdrücklich klargestellt. Wie bereits erwähnt, findet Ziff. 3 RL-E VII etwa auch Anwendung auf Suchmaschinen (etwa „Google“) und Verzeichnisse (etwa „Gelbe Seiten online“) im Internet.

aa) Suchmaschinen

Die Neuregelung beschränkt den Auftritt von Notaren in Suchergebnislisten auf die organischen Suchergebnisse bzw. auf Suchergebnisse, die ein Erscheinen aller Notare zulassen. Organische Suchergebnisse sind diejenigen, welche – in der Regel aufgrund der inhaltlichen und technischen Qualität der zugrundeliegenden Webseite – vom Suchalgorithmus des Suchmaschinenbetreibers als am besten zur Suchanfrage passend ausgewählt werden. Ihre Zahl ist nicht begrenzt, sodass potentiell jede Webseite mit passendem Inhalt in der Suchergebnisliste angezeigt wird, aus Platzgründen natürlich auf mehrere Unterseiten verteilt.

Insbesondere bei der Gestaltung der eigenen Webseite, aber auch bei der Inanspruchnahme kommerzieller Angebote zur Verbesserung der Sichtbarkeit auf der ersten Suchergebnisseite, soll die neue Formulierung der Regelung des § 29 BNotO zur Geltung verhelfen.

Zum einen untersagt Satz 2 die Inanspruchnahme kommerzieller Angebote, die den „Kauf“ spezieller Suchbegriffe ermöglichen und dazu führen, dass nur eine begrenzte Anzahl von Notaren bei der Eingabe spezieller Suchbegriffe auf der Suchergebnisseite auftaucht.

Namentlich untersagt ist die Nutzung von Services, die das sogenannte SEA (*Search Engine Advertising*) ermöglichen (etwa der Dienst „Google Ads“). Dabei handelt es sich um eine Form des Online-Marketings, die eine Platzierung der Webseite des Notars in den ersten drei nicht-organischen Suchergebnissen ermöglicht. Diese Ergebnisse werden (bei „Google“) mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet. Die Platzierung wird dadurch erreicht, dass der Betreiber der angezeigten Webseite direkt über den Suchmaschinenbetreiber (oder auch zwischengeschaltete Agenturen) bestimmte Schlüsselwörter bucht. Bei Eingabe dieser Schlüsselwörter wird dann das Suchergebnis (ohne Rücksicht auf den Inhalt der dahinter stehenden Website) angezeigt. Dabei erfolgt die Bezahlung an den Suchmaschinenbetreiber für jeden Klick auf die Anzeige (pay per click). Die Kosten hierfür bemessen sich regelmäßig danach, welches Geschäft der Anzeigenkunde potentiell mit dem Suchenden abschließen kann. Bei notariellen Leistungen ist vor diesem Hintergrund von vergleichsweise hohen Kosten pro Klick auszugehen.

Aus Satz 2 ergibt sich nun ausdrücklich, dass ein derartiger Auftritt in den Suchergebnissen berufsrechtlich unzulässig ist.³² In den anzeigenbasierten Suchergebnissen von „Google Ads“ werden nämlich nur drei Plätze je Suchergebnisseite dargereicht. Aufgrund dieser Beschränkung stehen die verfügbaren Plätze gerade nicht einer unbegrenzten Zahl von Leistungsempfängern gleichermaßen zur Verfügung. Angezeigt wird vielmehr derjenige, der bereit ist, für den jeweiligen Klick den höchsten Betrag zu zahlen.

Zum anderen wird durch die Einführung des Satzes 2 aber auch klargestellt, dass der Einsatz finanzieller Ressourcen nicht zwingend zur Unzulässigkeit einer der Auffindbarkeit der eigenen Webseite dienenden Maßnahme führt. Fraglich war bisher insbesondere, ob die Optimierung der eigenen Webseite des Notars (insbesondere unter Zuhilfenahme kommerzieller Angebote) zur Qualifikation seines Außenauftritts als gewerblich und damit unzulässig einzustufen wäre. Aus Satz 2 lässt sich nun entnehmen, dass Maßnahmen zur Verbesserung der Platzierung innerhalb der organischen Suchergebnisse (also ohne Beauftragung einer Anzeigenkampagne), sog. SEO (*Search Engine Optimization*), nicht von vornherein unzulässig sind.

In welcher Reihenfolge die Ergebnisse angezeigt werden, hängt von der Ausgestaltung des Suchalgorithmus der jeweiligen Suchmaschine ab, welcher von den Suchmaschinen streng geheim gehalten wird. Grundsätzlich lässt sich aber sagen, dass nach dem derzeitigen, mittlerweile recht fortgeschrittenen Stand der Technik für die Darstellung in der Suchergebnisliste vor allem die Inhalte der jeweils zu einem Suchergebnis passenden Webseite entscheidend sind. Das heißt: Je informativer und vollständiger die Informationen auf der jeweiligen Webseite sind und je besser sie zu einem eingegebenen Suchbegriff passen, desto prominenter ist die Platzierung des Suchergebnisses in der Ergebnisliste. Aus Sicht des Marketings ist eine möglichst gute Platzierung innerhalb dieser Liste entscheidend, um als Anbieter von Informationen im Netz gefunden zu werden. Denn in aller Regel werden überhaupt nur die ersten drei angezeigten organischen Suchergebnisse von Suchmaschinennutzern wahrgenommen.³³

Es ist freilich selbstverständlich, dass auch im Rahmen einer SEO-Maßnahme die Grundsätze der Ziff. 1.1. bis 1.3. zu beachten sind, sodass wie folgt zu differenzieren ist.

Wenn der Notar sich bemüht, die Inhalte auf seiner Webseite in informativer Form für den Suchenden aufzubereiten und dabei die Regelungen der Ziffern 1.1. bis 1.3. beachtet, ist die aus der Zurverfügungstellung dieser Informationen resultierende gute

³² Ebenso ausdrücklich *Diehn*, in: Diehn, BNotO, 1. Aufl. 2015, § 29 BNotO, Rn. 53; in diese Richtung auch *Sandkühler*, in: Arndt/Lerch/Sandkühler, BNotO, 8. Aufl. 2015, § 29 BNotO, Rn. 25, mit Verweis darauf, dass die Westfälische Notarkammer Google AdWords für unzulässig hält.

³³ <https://www.sistrix.de/news/klickwahrscheinlichkeiten-in-den-google-serps/> [zuletzt abgerufen am 08.09.2020].

Platzierung in den Suchergebnissen unbedenklich und berufsrechtlich nicht zu beanstanden.³⁴ Unschädlich ist hierbei, wenn sich der Notar bei der Aufbereitung der Informationen auf seiner Webseite der Hilfe externer kommerzieller Anbieter bedient. Die Regelung des § 29 BNotO gebietet es nicht, zulässige Werbemaßnahmen höchstpersönlich vorzunehmen bzw. die Beauftragung externer Anbieter zu unterlassen.

Dem trägt die neu vorgeschlagene Regelung des Satzes 2 Rechnung, wonach es maßgeblich darauf ankommt, ob jeder Notar die potentiell gleiche Chance hat, eine entsprechende Platzierung in der Suchergebnisliste zu erreichen. Der Unterschied zu den anzeigebasierten Suchergebnissen besteht bei den organischen Suchergebnissen darin, dass letztere nicht zahlenmäßig limitiert sind.

Hingegen ist eine nicht informatorische Aufbereitung der Inhalte der Webseite oder eine irreführende Ausgestaltung allein zum Zwecke einer besseren Platzierung in den organischen Suchergebnissen unzulässig.³⁵ Freilich dürften derartige Maßnahmen aus technischer Sicht heutzutage nurmehr geringe Bedeutung haben. Die Algorithmen der Suchmaschinen erkennen in aller Regel derartige Manipulationsversuche (z. B. in Gestalt früher üblicher sog. „Linkfarmen“ oder durch den „Kauf“ von „Klickzahlen“) und unterbinden einen Einfluss auf die Platzierung bei den Suchergebnissen. Insgesamt lässt sich sagen, dass die Suchmaschinen gute Platzierungen in den Suchergebnissen in der Regel nur als Folge „guten“ Inhalts zulassen.

bb) Weitere elektronische Veröffentlichungen

Aus der Neuregelung ergibt sich außerdem, dass ein Notar etwa auch sogenannte My Business-Einträge vornehmen darf. Bei „My Business“ handelt es sich um ein (kostenloses) Angebot von Google, das die Eingabe von Basisinformationen, wie Öffnungszeiten und Kontaktdaten, erlaubt und diese dem Nutzer bei Eingabe spezieller Schlüsselwörter in der Suchmaschine, aber auch bei Aufruf eines Online-Stadtplans, zusätzlich zur Verfügung stellt. Um eine derartige Platzierung zu erhalten, ist es erforderlich, einen sogenannten My Business-Eintrag zu erstellen. Ein derartiges Verhalten ist (sowohl nach der vorgeschlagenen als auch nach der bisher geltenden Rechtslage) zulässig.³⁶ Der My Business-Eintrag steht allen Notaren gleichermaßen zur Verfügung und entspricht damit den Vorgaben des Satzes 2. Er erscheint zusätzlich nur bei einer Suche nach konkreten Schlüsselwörtern.³⁷ Hinzu kommt, dass ein solcher Eintrag prinzipiell auch von jedem beliebigen Dritten (und auch vom Suchmaschinenbetreiber selbst) erzeugt

³⁴ Ebenso ausdrücklich *Diehn*, in: *Diehn*, BNotO, 1. Aufl. 2015, § 29 BNotO, Rn. 53.

³⁵ Ebenso ausdrücklich *Diehn*, in: *Diehn*, BNotO, 1. Aufl. 2015, § 29 BNotO, Rn. 53.

³⁶ Zum Bereithalten dieser Basisinformationen auf der eigenen Webseite siehe bereits das Rundschreiben BNotK Nr. 21/2000.

³⁷ Z. B. Notar + Name + Stadt.

werden kann, sodass es dem Notar möglich sein muss, die Hoheit über diesen Eintrag zu behalten.

Weiter ist auch die Aufnahme in ortsbezogene Online-Verzeichnisse, wie etwa „Google Places“ oder „Orte“ bei „Facebook“, im Grundsatz gestattet, soweit es sich um eine rein sachliche Information für die Bevölkerung handelt und das Irreführungsverbot, insbesondere hinsichtlich des engeren räumlichen Anwendungsbereichs, beachtet wird.

Die Tatsache, dass ein Verzeichnis Dritten Bewertungen des Notars ermöglicht, die sich auf bloße Meinungsäußerungen beschränken, spricht nicht gegen die Aufnahme in dieses Verzeichnis. Sobald eine Online-Veröffentlichung, insbesondere ein Verzeichnis, allerdings eine nicht mehr als bloße Meinungsäußerung zu bewertende Abstufung zwischen Notaren vornimmt, etwa eine Rangliste aufstellt, ist es dem Notar nicht erlaubt, sich dort eintragen zu lassen. Weiter ist es ihm auch nicht erlaubt, Mandanten aktiv zu positiven Bewertungen zu veranlassen. Dies ergibt sich bereits daraus, dass die Grundsätze von Ziff. 1.2 RL-E VII zu beachten sind, wonach Werbung verboten ist, wenn sie mit der Stellung des Notars nicht vereinbar ist. In Konkretisierung durch Ziff. 1.3 lit. c) ist in einer derartigen Rangliste oder Initiierung einer Bewertung eine wertende Selbstdarstellung des Notars zu sehen.

Insbesondere bei der Inanspruchnahme von „Komplettangeboten“, welche auf eine Eintragung in ein Verzeichnis gerichtet sind und zugleich die Präsenz eines Kunden im Internet generell durch unterschiedliche Maßnahmen erhöhen sollen, ist daher Vorsicht walten zu lassen. Hier ist jeder Einzelbestandteil dieses Angebots daraufhin zu untersuchen, ob er eine richtlinienwidrige Maßnahme darstellt.

Soweit von Dritten die Eintragung in ein Verzeichnis vorgenommen wird, welche der Notar weder veranlassen noch dulden darf,³⁸ ist es dem Notar aber zumindest erlaubt, in Wahrnehmung berechtigter Interessen darauf zu reagieren. Dies betrifft insbesondere den Fall, dass ein Notar in ein Bewertungsportal aufgenommen wurde und dort eine schlechte Bewertung erhalten hat. In diesem Fall ist es ihm gestattet, eine öffentliche Gegendarstellung zu verlautbaren, welche sich ihrerseits natürlich nach den allgemeinen Grundsätzen des Werberechts richten muss.

Auch die Verschwiegenheitspflicht nach § 18 BNotO muss hierbei beachtet werden. In diesem Zusammenhang wird der Notar auch zu berücksichtigen haben, dass sich nicht sicher feststellen lässt, ob ein „Kommentator“ auf einem Bewertungsportal tatsächlich der Urkundenbeteiligte ist, der er zu sein vorgibt. Selbst bei einer Reaktion auf einen Kommentar, der Bezug auf ein konkretes Amtsgeschäft des Notars nimmt, darf der

³⁸ S. insoweit oben zu Ziff. 1.4 RL-E VII.

Notar nur dann in Wahrnehmung berechtigter Interessen konkret darauf eingehen, wenn er die Urheberschaft des Kommentars hinreichend überprüft hat. Ist diese Überprüfung nicht möglich, darf er das Bestehen eines Mandatsverhältnisses oder gar ein konkretes Beurkundungsgeschäft auch nicht indirekt bestätigen. Dennoch dürfte ihm dann in aller Regel zumindest eine allgemein gehaltene Formulierung zuzubilligen sein. So wäre etwa an folgende Äußerung zu denken: *„Als Notar bin ich öffentlicher Amtsträger und beachte meine Amtspflichten, insbesondere die Beratung und Betreuung der Beteiligten, die Herstellung ausgewogener Vertragsentwürfe, den Schutz schwächerer Vertragspartner und die Erforschung des Willens der Beteiligten, sehr streng. Sollte meine Tätigkeit im Einzelfall in den Augen eines Beteiligten nicht diesen Maßstäben genügen, bedaure ich dies. Bitte haben Sie Verständnis, dass ich mich an dieser Stelle aus Gründen der Amtsverschwiegenheit nicht weiter äußern darf. Es ist aber immer möglich, mich direkt zu kontaktieren; für konstruktive Kritik bin ich grundsätzlich dankbar.“*

cc) Geltung der Ziff. 1.1. bis 1.3.

Klar ist, dass insoweit auch die sonstigen Werbegrundsätze zu beachten sind. Mithin müssen alle vorstehend als zulässig beschriebenen Verhaltensweisen im Einzelfall an den allgemeinen Werbegrundsätzen gemessen werden. Dies bedeutet etwa mit Blick auf das in Ziff. 1.3. lit. 3) RL-E VII verankerte Irreführungsverbot, dass sachfremde, unlautere Werbegestaltungen von vornherein ausscheiden. So ist es etwa nicht statthaft, im Rahmen von „My Business“-Einträgen den Betätigungsumkreis so weit zu ziehen, dass er über den eigenen Amtsbereich hinausgeht. Dies wäre eine Irreführung mit Blick auf § 10a BNotO. Ebenso wenig ist es erlaubt, eine grundsätzlich zulässige Suchmaschinenoptimierung auf sachfremde oder einseitig orientierte Suchbegriffe auszurichten (etwa „Erbrechtsspezialist“ oder „Notar Hamburg“ für einen in Leipzig ansässigen Notar).

4. Anzeigen des Notars dürfen nicht durch Form, Inhalt, Häufigkeit oder auf sonstige Weise der amtswidrigen Werbung dienen.

Begründung der Änderung:

Die Regelung hat vor dem Hintergrund der insoweit abschließenden neuen Regelung in Ziff. 1.3. lit. b) RL-E VII und vor dem Hintergrund der bisher bereits praktizierten Auslegung keine eigenständige Bedeutung mehr. Die Kriterien Form, Inhalt, Häufigkeit und sonstige Weise sind in der neuen Ziff. 1.3. lit. b) RL-E VII aufgegangen. Weiter ergibt sich der gesamte Regelungsgehalt der bisherigen Ziff. 4. bereits aus den in den vorstehenden Ziffern niedergelegten Grundsätzen.

Der Wortlaut der bisherigen Ziff. 4 erfordert grundsätzlich keinen besonderen Anlass für die Schaltung einer Anzeige. Dennoch wurde bereits bisher ein besonderer Anlass

für eine Anzeige verlangt (etwa eine Adressänderung, Stellenausschreibung o. ä.).³⁹ Weiter wird die Regelung als *lex specialis* zu Ziff. 1.3. RL-E VII aufgefasst,⁴⁰ der allerdings kein eigener Bedeutungsgehalt zukommt. Im Hinblick auf die gewachsene Bedeutung der Digitalisierung ist die Fokussierung auf bloße Anzeigen außerdem zu wenig technikoffen. Siehe hierzu auch die näheren Erläuterungen zu Ziff. 1.3. lit. b) RL-E VII.

5.4. Der Notar darf sich an Informationsveranstaltungen in Präsenz sowie über analoge und digitale Kommunikationsmittel jeder Art der Medien, bei denen er in Kontakt mit dem rechtsuchenden Publikum tritt, beteiligen. Er hat dabei die Regelungen der Nrn. 1 und 2 zu beachten.

Begründung der Änderung:

Diese Regelung präzisiert Ziff. 1.1. RL-E VII in Bezug auf Informationsveranstaltungen. In Anlehnung an die begriffliche Klarstellung in Ziff. 1.1. RL-E VII (s. die dortige Begründung) wird dies auch hier nachgezogen, sodass auch digitale Medien wie soziale Netzwerke (z. B. „Facebook“) oder Video-Plattformen (z. B. „YouTube“) ausdrücklich unter diese Regelung fallen. Zu betonen ist hierbei, dass – wie Satz 2 ausdrücklich klarstellt – hierbei die Nrn. 1 und 2 zu beachten sind.

6.5. Der Notar darf Broschüren, Faltblätter und sonstige Informationsmittel über seine Tätigkeit und zu den Aufgaben und Befugnissen der Notare in der Geschäftsstelle bereithalten. Zulässig ist auch das Bereithalten dieser Informationen im Internet in Datennetzen und allgemein zugänglichen Verzeichnissen. Die Verteilung oder Versendung von Informationen ohne Aufforderung ist nur an bisherige Auftraggeber zulässig und bedarf eines sachlichen Grundes.

Begründung der Änderung:

Auch diese Regelung ist letztlich eine Präzisierung zu Ziff. 1 und 2. Insbesondere wird klargestellt, dass auch das Betreiben einer Internetseite oder die Veröffentlichung von notarbezogenen Informationen im Internet statthaft ist. Hinsichtlich der Inhalte auf der Internetseite sind selbstverständlich die Vorgaben der übrigen Ziffern der Richtlinienempfehlungen zu beachten. Zur Auslegung wird außerdem ergänzend auf das Rundschreiben Nr. 21/2000 verwiesen.

³⁹ So im Ergebnis etwa *Sandkühler*, in: Arndt/Lerch/Sandkühler, BNotO, 8. Aufl. 2015, § 29 BNotO, Rn. 12; *Görk*, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 20; *Diehn*, in: Diehn, BNotO, 1. Aufl. 2015, § 29 BNotO, Rn. 43; zurückhaltender *Miermeister/de Buhr*, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 26; *Starke*, in: FS Bezenberger, 2000, 630 f.

⁴⁰ Vgl. etwa *Miermeister/de Buhr*, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 26.

Der veraltete Begriff „Datennetz“ wurde an den allgemeinen Sprachgebrauch angepasst und durch „Internet“ ersetzt. Damit ist insbesondere auch klargestellt, dass das „Intranet“ davon nicht umfasst ist.

Der Passus über allgemein zugängliche Verzeichnisse sollte gestrichen werden, da diese Frage bereits in Ziff. 3. eine abschließende Regelung erfahren hat, die auch und gerade für elektronische Veröffentlichungen gilt. Eine weitere Bezugnahme auf Verzeichnisse in dieser Ziffer wäre überflüssig und würde unnötige Auslegungs- und Abgrenzungsfragen aufwerfen. Satz 3 präzisiert Ziff. 1.3. lit. d) RL-E VII.

7.6. Der Notar darf in Internet-Domainnamen keine Begriffe verwenden, die eine gleichartige Beziehung zu anderen Notaren aufweisen und nicht mit individualisierenden Zusätzen versehen sind. Dies gilt insbesondere für Internet-Domainnamen, die notarbezogenen Gattungsbegriffe ohne individualisierenden Zusatz verwenden. enthalten oder mit Die alleinige Verwendung der Bezeichnungen von Gemeinden oder sonstigen geografischen oder politischen Einheiten zur Individualisierung ist untersagt kombinieren, es sei denn, die angegebene Gemeinde oder Einheit liegt im Amtsbereich keines anderen Notars.

Begründung der Änderung:

Die bisherige Fassung von Ziff. 7 RL-E VII nimmt nach der im Rundschreiben Nr. 26/2003 der Bundesnotarkammer veröffentlichten Begründung folgende Fälle in Bezug:

- Verwendung notarbezogener Gattungsbegriffe (z. B. „notar.de“ oder „notariat.com“), Satz 2 Fall 1;
- Verwendung notarbezogener Gattungsbegriffe im Zusammenhang mit Bezeichnungen geographischer oder politischer Einheiten (z. B. „notar-x-stadt.de“ oder „notar-y-land.de“), Satz 2 Fall 2;
- Verwendung sonstiger Gattungsbegriffe (z. B. „notar-erbrecht.de“ oder „rechtsberatung.de“), Satz 1;
- Isolierte Verwendung von Namen, die auch von anderen Notaren getragen werden (z. B. „notar-mueller.de“), Satz 1.

Nunmehr vertritt die Notarkammer Brandenburg die Ansicht, dass die vierte Gruppe (isolierte Verwendung von Namen) nicht gegen § 29 Abs. 1 BNotO verstoße und daher Ziff. 7 der Richtlinie eine unzulässig starke Einschränkung beinhalte. Dem hat sich das Brandenburgische Ministerium der Justiz und für Europa und Verbraucherschutz angeschlossen. Auch neun Notarkammern haben insoweit auf die Umsetzung der

Richtlinienempfehlung verzichtet. Ferner hat sich bereits die 119. Vertreterversammlung der Bundesnotarkammer kurz mit dieser Thematik befasst und den Vorschlag zustimmend zur Kenntnis genommen, die isolierte Verwendung von Namen fortan zuzulassen.

Dieser Auffassung ist beizupflichten, und zwar aus den folgenden Gründen.

Richtlinienempfehlungen in Bezug auf § 29 BNotO können nicht über den Regelungsgehalt der gesetzlichen Regelung hinausgehen. § 29 BNotO nimmt – wie bereits ausgeführt – amtswidrischende Werbung in Bezug. Maßstab ist insbesondere die Frage, ob das Halten einer Internet-Domain im oben genannten Sinne gewerblich ist und dem Charakter des Notaramts widerspricht; dies könnte insbesondere aufgrund Irreführung der Fall sein.

Eine Irreführung ist hier aber auszuschließen. Zum einen besteht mittlerweile technisch die Möglichkeit, Top-Level-Domains mit unterschiedlichsten Endungen zu erstellen, etwa „.info“, „.name“ oder „.org“. Die Richtlinienempfehlung in ihrer bisherigen Formulierung ist zu einer Zeit entstanden, in der lediglich die Domain-Endungen „.de“ und „.com“ existierten. Außerdem ist es auch möglich, seinen Namen in der Adresse mit dem Ortssitz zu verbinden.

Gleichzeitig ist auch im Rahmen der vorgeschlagenen Neuregelung sichergestellt, dass sich ein Notar nicht amtswidrig gegenüber anderen Kollegen herausstellt. Denn der Rechtsuchende wird einen Notar, dessen Nachnamen er kennt, im Internet nicht durch direkte Eingabe einer Internetadresse ausfindig machen, vielmehr wird er auf Suchmaschinen zurückgreifen. In diesem Fall hängt die Auffindbarkeit des Gesuchten wie auch seines „Namensvetters“ nicht von der Gestaltung der Internet-Domain, sondern von der Gestaltung der Webseite und ihrer Auffindbarkeit innerhalb der Suchergebnisseite ab.

Auch die Tatsache, dass sich E-Mail-Adressen in der Regel an die Domain der Internetseite anlehnen, spricht nicht gegen diese Einschätzung. Insoweit gilt ebenso, dass auch namensgleichen Notaren mehrere Endungen zur Verfügung stehen und E-Mail-Adressen in der Regel nicht direkt in das Adressfeld eingegeben, sondern über eine Suchmaschine ausfindig gemacht werden.

Schließlich bringt eine Verwendung namensbezogener Domains oder E-Mail-Adressen auch nicht zum Ausdruck, dass der Notar bereit ist, unter Verletzung seiner Amtspflicht aus § 11 Abs. 2 BNotO Urkundstätigkeiten auch außerhalb seines Amtsbezirks vorzunehmen. Es wird nicht vorgespiegelt, dass der entsprechende Notar eine Allein- oder Spitzenstellung unter den Notaren gleichen Namens in Deutschland einnehme.

Etwas anderes ergibt sich auch nicht daraus, dass die vorliegenden Richtlinienempfehlungen zusätzlich auf § 31 BNotO gestützt werden. Denn auch aus dieser Sicht wird die Erwägung im Vordergrund stehen, dass die Variationsbreite der Gestaltung von Domains mit Namensbestandteilen groß ist, indem unterschiedliche Schreibweisen oder unterschiedliche Endungen miteinander kombiniert werden können.

Eine Regelung dergestalt, wonach die Namensführung in Internet-Domains nur dann zu untersagen ist, wenn im jeweiligen Amtsbereich des Notars ein weiterer Notar mit demselben Namen vorhanden ist, ist nicht zielführend, weil sich hierbei insbesondere beim Zuzug eines namensgleichen Kollegen in denselben Amtsbereich vielfältige Folgefragen ergeben. Eine derartige Regelung ist unter Bezugnahme auf die obenstehenden Erwägungen auch nicht notwendig.

Ausdrückliche Rechtsprechung liegt zu dieser Frage bislang nicht vor. Im Rahmen des anwaltlichen Berufsrechts hat der BGH zwar sogar die Internet-Domain www.rechtsanwaelte-notar.de gebilligt.⁴¹ Jedoch ist das notarielle Berufsrecht nicht identisch mit dem anwaltlichen Berufsrecht; es ist in vielerlei Hinsicht aufgrund des hoheitlichen Amtscharakters strenger auszulegen. Dennoch wird auch in Teilen der Literatur an Ziff. 7 in der derzeitigen Gestalt – gerade unter verfassungsrechtlichen Gesichtspunkten – Kritik geübt.⁴²

Der neue Regelungsvorschlag nimmt daher die ersten zwei oben genannten Fallgruppen ausdrücklich in Bezug (wobei er bei der Ortsbezeichnung präzisiert, dass diese nur als alleiniges Unterscheidungskriterium untersagt ist, sodass etwa „www.notar-mueller-x-stadt.de“ erlaubt bleibt, auch wenn mehrere Notare in X-Stadt ansässig sind). Eine Namensgleichheit wird hingegen nicht mehr als Verstoß gegen § 29 BNotO gewertet. Die oben genannte dritte Fallgruppe ist in dieser Regelung zwar nicht mehr ausdrücklich umfasst, fällt aber unproblematisch bereits unter Ziff. 1.3. lit. c) bzw. lit. e) RL-E VII.

Ein Notar, der eine Vielzahl von Internet-Domains reserviert hat, welche isoliert auf seinen Namen verweisen (etwa mit mehreren Endungen), ist aus Gründen der Kollegialität gem. § 31 BNotO ferner angehalten, zumindest einzelne dieser Domains einem namensgleichen Kollegen freizugeben. Dies wird in aller Regel hinsichtlich derjenigen Domain zumutbar sein, welche nicht die „Haupt-Domain“ des Notars ist, sondern bisher etwa nur mit einer Weiterleitungsfunktion versehen war.

⁴¹ BGH, NJW 2003, 504.

⁴² *Miermeister/de Buhr*, in: Frenz/Miermeister, BNotO, 5. Aufl. 2020, RL-E VII, Rn. 45 f.; a.A. *Görk*, in: BeckOK BNotO, 3. Edition 2020, RL-EmBNotK VII, Rn. 26 ff.