

**In dem Verfahren  
über  
die Verfassungsbeschwerde**

des Rechtsanwalts Dr. R...

gegen a) das Urteil des Bundesgerichtshofs

vom 27. Oktober 2014 - AnwZ (Brg) 67/13 -,

b) den Beschluss des Bundesgerichtshofs

vom 21. Januar 2014 - AnwZ (Brg) 67/13 -,

c) das Urteil des Anwaltsgerichtshofs des Landes Nordrhein-Westfalen

vom 5. Juli 2013 - 2 AGH 3/13 -,

d) den Bescheid der Rechtsanwaltskammer Köln

vom 15. Februar 2013 - III. Abt. 586/2012 -,

e) den Bescheid der Rechtsanwaltskammer Köln

vom 7. Januar 2013 - III. Abt. 390/12 -

hat die 2. Kammer des Ersten Senats des Bundesverfassungsgerichts durch

die Richter Gaier,

Schluckebier,

Paulus

gemäß § 93b in Verbindung mit § 93a BVerfGG in der Fassung der Bekanntmachung vom 11. August 1993 (BGBl I S. 1473)

am 5. März 2015 einstimmig beschlossen:

**Die Verfassungsbeschwerde wird nicht zur Entscheidung angenommen.**

**G r ü n d e :**

**I.**

Gegenstand der Verfassungsbeschwerde sind berufsgerichtliche Entscheidungen zur Zulässigkeit von Werbemaßnahmen eines Rechtsanwalts. 1

1. Der Beschwerdeführer ist Rechtsanwalt. Er bat die zuständige Rechtsanwaltskammer, die spätere Beklagte des Ausgangsverfahrens (im Folgenden: Beklagte), um Prüfung der berufsrechtlichen Zulässigkeit einer von ihm beabsichtigten Werbemaßnahme. Es handelte sich dabei um Tassen mit der - durchgestrichenen - Abbildung einer Frau, die mit einem Knüppel auf das entblößte Gesäß eines Kindes schlägt. Neben der Abbildung sollten der Text „Körperliche Züchtigung ist verboten § 1631 Abs. 2 BGB“ sowie der Name, die Berufsbezeichnung „Rechtsanwalt“ und die Kontaktdaten des Beschwerdeführers abdruckt werden. 2

Die Beklagte teilte dem Beschwerdeführer mit, dass sie die Werbemaßnahme wegen eines Verstoßes gegen das Sachlichkeitsgebot gemäß § 43b der Bundesrechtsanwaltsordnung (BRAO) für unzulässig halte. Ein Rechtsanwalt dürfe nur mit solchen Informationen werben, die sich auf seine berufliche Tätigkeit bezögen. Dies sei bereits zweifelhaft, weil der inhaltliche Bezug der Abbildung zur anwaltlichen Tätigkeit allenfalls darin bestehen könne, dass das gezeigte Verhalten verboten sei. Sinn und Zweck anwaltlicher Werbung sei es jedoch nicht, das rechtsuchende Publikum über strafbares oder 3

sanktionierbares Verhalten im Allgemeinen zu informieren. Überdies genüge die beabsichtigte Werbung nicht dem Gebot der Sachlichkeit. Bei der Abbildung einer Frau, die auf das entblößte Gesäß eines Kindes schlage, trete jeglicher Informationsgehalt über das Rechtsdienstleistungsangebot eines Rechtsanwalts zurück und die Gestaltung der Werbemaßnahme stehe im Vordergrund. Es bestünden auch erhebliche Bedenken hinsichtlich des Schutzes der Persönlichkeitsrechte des abgebildeten Kindes. Zwar werde nicht verkannt, dass das Bundesverfassungsgericht in einer Entscheidung zur Zulässigkeit von Schockwerbung festgestellt habe, dass Einschränkungen des Rechts auf freie Meinungsäußerung einer Rechtfertigung durch hinreichend gewichtige Gemeinwohlbelange bedürften. Im Falle des Beschwerdeführers stünden der Werbemaßnahme indes nicht nur die Gemeinwohlbelange der Menschenwürde, sondern auch die Belange entgegen, die sich aus seiner Tätigkeit als Rechtsanwalt ergäben. § 43b BRAO solle auch das Vertrauen des Rechtsuchenden in die Seriosität des Rechtsanwalts schützen. Dies sei in Gefahr, wenn der Eindruck erweckt werde, ein Rechtsanwalt müsse zu allen Mitteln greifen, um Mandate zu erlangen.

Mit einer erneuten Anfrage bat der Beschwerdeführer um Prüfung der Zulässigkeit weiterer Werbemaßnahmen. Die Abbildungen, die der Beschwerdeführer wiederum auf Werbetaschen zu drucken beabsichtigte, zeigten unter anderem einen älteren Mann, der mit einem Stock auf das entblößte Gesäß einer Frau schlägt, sowie eine Frau, die sich eine Schusswaffe an den eigenen Kopf hält und offenbar im Begriff ist, sich selbst zu töten. Neben den Abbildungen sollte im ersten Fall die Frage „Wurden Sie Opfer einer Straftat?“ stehen. Neben letztgenannter Abbildung sollte der Text „Nicht verzagen, R... (scil.: Nachname des Beschwerdeführers) fragen“ abgedruckt werden. In beiden Gestaltungen sollten wiederum der Name, die Berufsbezeichnung „Rechtsanwalt“ und die Kontaktdaten des Beschwerdeführers hinzugefügt werden. 4

Daraufhin teilte die Beklagte dem Beschwerdeführer mit, dass die oben genannten Werbemaßnahmen mit dem anwaltlichen Berufsrecht und dem Wettbewerbsrecht ebenfalls nicht vereinbar und daher zu unterlassen seien. Zur Begründung wurden im Wesentlichen die bereits im ersten Bescheid enthaltenen Erwägungen wiederholt. 5

Die gegen beide Bescheide erhobene Klage des Beschwerdeführers wurde mit Urteil des Anwaltsgerichtshofs abgewiesen. In den Entscheidungsgründen heißt es, die Klage sei bereits unzulässig. Die angegriffenen Belehrungen stellten keine Verwaltungsakte im Sinne des § 35 des Verwaltungsverfahrensgesetzes (VwVfG) dar. 6

Die von ihm gegen dieses Urteil zugelassene Berufung des Beschwerdeführers hat der Bundesgerichtshof zurückgewiesen. Die durch den Beschwerdeführer beabsichtigte Werbung sei mit dem berufsrechtlichen Gebot sachlicher und berufsbezogener Unterrichtung nicht vereinbar. Das in § 43b BRAO, § 6 Abs. 1 der Berufsordnung für Rechtsanwälte (BORA) ausgeformte berufsrechtliche Sachlichkeitsgebot anwaltlicher Werbung sei trotz der damit verbundenen Einschränkung der Berufsausübungsfreiheit sowie unter Umständen auch der Meinungsfreiheit verfassungsrechtlich nicht zu beanstanden. Dass die Rechtsanwaltschaft unter der Geltung des Sachlichkeitsgebots daher nicht sämtliche Werbemaßnahmen verwenden dürfe, die im Bereich der werbenden allgemeinen Wirtschaft hinzunehmen wären, entspreche dem Willen des Gesetzgebers und sei auch im berufsrechtlichen Schrifttum weitgehend anerkannt. Zwar sei es einem Rechtsanwalt nicht verwehrt, für seine Werbung Bilder oder Fotografien zu verwenden. Auch Ironie und Sprachwitz seien grundsätzlich zulässig. Die Grenzen zulässiger Werbung würden jedoch überschritten, wenn die Werbung darauf abziele, gerade durch ihre reißerische und sexualisierende Ausgestaltung die Aufmerksamkeit des Betrachters zu erregen, mit der Folge, dass ein etwa vorhandener Informationswert in den Hintergrund gerückt werde oder gar nicht mehr erkennbar sei. Dies sei vorliegend der Fall. Überdies bestehe die Gefahr, dass der Eindruck erweckt werde, die Rechtsanwaltschaft habe Derartiges nötig, um Mandate zu erlangen. 7

2. Der Beschwerdeführer rügt mit seiner Verfassungsbeschwerde eine Verletzung von Art. 5 Abs. 1 und Abs. 3 sowie Art. 12 Abs. 1 GG. 8

Der Bundesgerichtshof habe die Grundrechte verkannt. Es sei ein Grundsatzurteil gefällt worden, das weit über den vorliegenden Fall für jeden Rechtsanwalt gelte und dessen Auswirkungen für die anwaltliche Meinungsfreiheit unübersehbar seien. Die beanstandeten Abbildungen seien sprechende 9

Bilder mit meinungsbildendem Inhalt und seien damit von der Meinungsfreiheit geschützt. Dabei könne es nicht darauf ankommen, dass er Rechtsanwalt sei, weil auch Rechtsanwälte Träger dieses Grundrechts seien. Die angefochtenen Entscheidungen hinderten ihn dauerhaft, Meinungen bei der Berufsausübung in künstlerisch gestalteter Bildform einzusetzen.

Zu Unrecht habe der Bundesgerichtshof angenommen, § 43b BRAO sei eine Schranke der Meinungsfreiheit. Dabei sei insbesondere verkannt worden, dass die Werbetassen nicht dem ausschließlichen Zweck der Werbung, sondern vor allem auch als Diskussionsanregung über die gezeigten Motive in der Gesellschaft zu dienen bestimmt seien. Überdies ließen weder die Gesetzesmaterialien noch Kommentare erkennen, dass mit § 43b BRAO die Meinungsfreiheit beschränkt werden sollte. Letztlich verstoße die Entscheidung des Bundesgerichtshofs auch gegen das Zensurverbot.

Die Ausgangsgerichte hätten versäumt, die Maßgaben des Bundesverfassungsgerichts, die zur Schockwerbung der Firma Benetton formuliert worden seien, auch auf seinen Fall anzuwenden. Es könne keinen Unterschied machen, ob es sich um ein Textilunternehmen oder einen Rechtsanwalt handele, zumal gesellschaftskritische Themen beim Rechtsanwalt deutlich näher lägen.

Auch sehe er sich in seiner Kunstfreiheit verletzt. Er habe die Abbildungen zwar nicht selbst hergestellt, die Zusammenstellung, die Textauswahl zu den Kontaktdaten und der Erreichbarkeit der Kanzlei stammten jedoch von ihm.

Schließlich verletze ihn die Entscheidung in seiner Berufsfreiheit, weil ihm verwehrt werde, sich rechtspolitisch zu engagieren. Zu Unrecht orientierten sich die Beklagte und die Ausgangsgerichte am Erfordernis der Berufsbezogenheit anwaltlicher Werbung, zumal dies in seinem Fall auch erfüllt sei. Werbung durch Rechtsanwälte sei der Beklagten schlicht gänzlich ein Dorn im Auge.

## II.

Die Verfassungsbeschwerde wird nicht zur Entscheidung angenommen, weil die Voraussetzungen des § 93a Abs. 2 BVerfGG nicht vorliegen.

1. Die Verfassungsbeschwerde wirft keine Fragen von grundsätzlicher verfassungsrechtlicher Bedeutung auf (§ 93a Abs. 2 Buchstabe a BVerfGG).

Das Bundesverfassungsgericht hat geklärt, dass das Grundrecht aus Art. 5 Abs. 1 GG auch für eine Wirtschaftswerbung in Betracht kommt, wenn eine Ankündigung einen wertenden, meinungsbildenden Inhalt hat oder Angaben enthält, die der Meinungsbildung dienen (vgl. BVerfGE 71, 162 <175>; 95, 173 <182>; 102, 347 <359>). Dass hierunter auch Bilder zu fassen sind, wenn in ihnen ein Werturteil, eine Ansicht oder Anschauung bestimmter Art zum Ausdruck kommt, entspricht ebenfalls bereits der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (vgl. BVerfGE 30, 336 <352>; 71, 162 <180>; 102, 347 <359>).

Das Bundesverfassungsgericht hat ebenfalls bereits entschieden, dass in den Bereich der durch Art. 12 Abs. 1 GG geschützten berufsbezogenen Tätigkeiten auch die berufliche Außendarstellung der Grundrechtsträger einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme ihrer Dienste fällt (vgl. BVerfGE 85, 248 <256>; 94, 372 <389>). Geklärt ist zudem die verfassungsrechtliche Beurteilung des anwaltlichen Werberechts (vgl. BVerfGE 76, 196 <207 f.>).

2. Die Annahme der Verfassungsbeschwerde ist auch nicht zur Durchsetzung von Grundrechten des Beschwerdeführers angezeigt (§ 93a Abs. 2 Buchstabe b BVerfGG). Der Beschwerdeführer hat eine Verletzung der gerügten Grundrechte nicht im Sinne von § 23 Abs. 1 Satz 2, § 92 BVerfGG hinreichend dargelegt (zu den Substantiierungsanforderungen BVerfGE 89, 155 <171>; 99, 84 <87>; 101, 331 <345 f.>; 102, 147 <164>; 108, 370 <386 f.>).

a) Auf der Grundlage der Ausführungen des Beschwerdeführers ist weder eine Verletzung der Meinungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG) noch der Kunstfreiheit (Art. 5 Abs. 3 Satz 1 GG) oder der Freiheit der Berufsausübung (Art. 12 Abs. 1 GG) ersichtlich.

aa) Das Grundrecht der Meinungsfreiheit schützt Meinungsäußerungen aller Art und

Tatsachenbehauptungen sowie andere Äußerungsformen jedenfalls dann, wenn sie Voraussetzung für die Bildung von Meinungen sind (vgl. BVerfGE 61, 1 <8>; 85, 23 <31>). Der Schutz des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG erstreckt sich auch auf kommerzielle Meinungsäußerungen sowie reine Wirtschaftswerbung, die einen wertenden, meinungsbildenden Inhalt hat (vgl. BVerfGE 71, 162 <175>; 102, 347 <359>). Soweit eine Meinungsäußerung - eine Ansicht, ein Werturteil oder eine bestimmte Anschauung - in einem Bild zum Ausdruck kommt, fällt auch dieses in den Schutzbereich von Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG (vgl. BVerfGE 30, 336 <352>; 71, 162 <175>).

bb) Zwar können die vom Beschwerdeführer beanstandeten Entscheidungen der Beklagten und der Ausgangsgerichte in seine Meinungsfreiheit eingreifen, wenn mit dem Bundesgerichtshof davon ausgegangen wird, dass die „belehrenden Hinweise“ der Beklagten jedenfalls mit dem Ausspruch des Verbots der Werbemaßnahme den Bereich präventiver Hinweise ohne Regelungscharakter verlassen haben. 21

cc) Der Beschwerdeführer hat indes nicht hinreichend dargelegt, dass dieser Eingriff verfassungsrechtlich nicht gerechtfertigt gewesen sei. 22

Die Meinungsfreiheit findet gemäß Art. 5 Abs. 2 GG ihre Schranken unter anderem in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze. Diese müssen für sich genommen verfassungsmäßig sein und sind ihrerseits im Lichte der besonderen Bedeutung des Grundrechts der freien Meinungsäußerung für den freiheitlichen demokratischen Staat auszulegen (vgl. BVerfGE 7, 198 <208 f.>; 10, 118 <121>; 107, 299 <331 f.>; 124, 300 <342>; 128, 226 <265 f.>). 23

(1) Bei § 43b BRAO handelt es sich um ein allgemeines Gesetz im Sinne des Art. 5 Abs. 2 GG. Schutzzweck der Regelung ist die Sicherung der Unabhängigkeit des Rechtsanwalts als Organ der Rechtspflege (vgl. BTDrucks 12/4993, S. 28 f.). Mit der Stellung des Rechtsanwalts ist im Interesse des rechtsuchenden Bürgers insbesondere eine Werbung nicht vereinbar, die ein reklamehaftes Anpreisen in den Vordergrund stellt, mit der eigentlichen Leistung des Anwalts nichts mehr zu tun hat und sich nicht mit dem unabdingbaren Vertrauensverhältnis im Rahmen eines Mandats vereinbaren lässt (vgl. BVerfG, Beschluss der 2. Kammer des Ersten Senats vom 4. August 2003 - 1 BvR 2108/02 -, NJW 2003, S. 2816 <2817>). 24

(2) Auch bestehen keine Bedenken an der Verfassungsmäßigkeit der Vorschrift, zumal der Beschwerdeführer eine solche weder geltend gemacht noch dargelegt hat. 25

(3) Dass die Ausgangsgerichte bei der Auslegung und Anwendung des § 43b BRAO die Ausstrahlungswirkung des Grundrechts aus Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG nicht hinreichend beachtet haben, macht der Beschwerdeführer nicht hinreichend deutlich. 26

Die Auslegung und Anwendung des einfachen Rechts sind dabei grundsätzlich Sache der dafür zuständigen Fachgerichte und der Nachprüfung durch das Bundesverfassungsgericht entzogen. Das Bundesverfassungsgericht beschränkt seine Überprüfung daher auf die Verletzung spezifischen Verfassungsrechts (vgl. BVerfGE 1, 418 <420>; 81, 29 <31 f.>; 82, 6 <11>; 115, 320 <367>). Spezifisches Verfassungsrecht ist aber nicht schon dann verletzt, wenn eine Entscheidung, am einfachen Recht gemessen, objektiv fehlerhaft ist; der Fehler muss gerade in der Nichtbeachtung von Grundrechten liegen (vgl. BVerfGE 18, 85 <92 f.>). 27

Daran gemessen begegnet es keinen verfassungsrechtlichen Bedenken, dass die Ausgangsgerichte die Rechtmäßigkeit der vom Beschwerdeführer selbst so genannten „Werbetassen“ am Maßstab des § 43b BRAO geprüft haben. § 43b BRAO normiert spezielle Voraussetzungen für die Zulässigkeit der Werbung für anwaltliche Dienstleistungen. Das beabsichtigte Verhalten des Beschwerdeführers erfüllt - entgegen seiner Behauptung - die Anforderungen für das Vorliegen von Werbung; denn es ist planvoll darauf angelegt, andere dafür zu gewinnen, die eigenen Leistungen in Anspruch zu nehmen (vgl. BVerfGE 111, 366 <378>). Dabei ist unerheblich, ob der Beschwerdeführer den Gewinn neuer Kunden oder den Erhalt beziehungsweise Ausbau bestehender Geschäftsverbindungen anstrebt (vgl. Huff, in: Gaier/Wolf/Göcken, Anwaltliches Berufsrecht, 2. Aufl. <2014>, § 43b BRAO Rn. 10). Unter den Begriff der Werbung fallen auch nicht nur die herkömmlichen Werbeformen, wie etwa Anzeigen und Broschüren, sondern auch das Marketing sowie insgesamt die Öffentlichkeitsarbeit eines 28

Rechtsanwalts (vgl. Huff, in: Gaier/Wolf/Göcken, Anwaltliches Berufsrecht, a.a.O.).

Nach alldem handelt es sich bei den beabsichtigten Maßnahmen des Beschwerdeführers - jedenfalls auch - um Werbung. Sein Vortrag, er beabsichtige mit dem Druck und der Verteilung der Tassen keine Werbemaßnahme, sondern wolle lediglich einen gesellschafts- und rechtspolitischen Diskurs anstoßen, geht offensichtlich an den Tatsachen vorbei. Für von ihm beabsichtigte Werbung spricht bereits der Umstand, dass der Beschwerdeführer selbst von Anfang an von einer „Werbeaktion“ und „Werbetassen“ spricht. Zudem sind die Werbemotive auch derart gestaltet, dass die ausschließlich berufsbezogenen Kontaktdaten des Beschwerdeführers in gleicher Weise wie die Bildmotive in den Vordergrund gerückt werden. Eines der geplanten Motive soll sogar mit dem ausdrücklichen Hinweis „Nicht verzagen, R... fragen“ verbunden werden und damit explizit zur Mandatierung des Beschwerdeführers in prekären Lebenslagen auffordern. Überdies beschreibt der Beschwerdeführer selbst in der Begründung seiner Verfassungsbeschwerde sein beabsichtigtes Vorgehen als eine „Werbeaktion“, die sein „zurückliegendes rechtspolitisches Engagement als Unterscheidungsmerkmal zu anderen Kanzleien hervorheben“ soll. Demnach geht es ihm nicht darum, durch die provozierenden Bildmotive einen Diskurs zu initiieren, sondern lediglich ein Engagement in der Vergangenheit zu nutzen, um mit dem Ziel der Beauftragung mit anwaltlichen Dienstleistungen auf sich aufmerksam zu machen.

Dass der Beschwerdeführer neben der Werbung unter Umständen daneben noch weitere Anliegen, etwa das Anstoßen eines gesellschaftspolitischen Diskurses, verfolgen könnte, hindert die Anwendbarkeit des § 43b BRAO nicht. Der Begriff der Werbung im Sinne des § 43b BRAO ist grundsätzlich weit zu fassen (vgl. BVerfG, Beschluss der 2. Kammer des Ersten Senats vom 17. April 2000 - 1 BvR 721/99 -, NJW 2000, S. 3195).

Mit alldem setzt sich der Beschwerdeführer nicht hinreichend auseinander. Er gründet seine Behauptung eines Verfassungsverstößes letztlich allein auf die Überlegung, die Ausgangsgerichte hätten die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts zur Werbung der Firma Benetton (BVerfGE 102, 347) auch in seinem Fall anwenden müssen, ohne dabei zu berücksichtigen, dass er als Rechtsanwalt und damit als Organ der Rechtspflege bei der Werbung für seine berufliche Tätigkeit besonderen Einschränkungen aufgrund des § 43b BRAO unterliegt.

(4) Soweit der Beschwerdeführer darauf hinweist, es liege eine Zensur im Sinne des Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG vor, so dass die angegriffenen Entscheidungen bereits unter diesem Gesichtspunkt verfassungswidrig seien, überzeugt dies ebenfalls nicht. Der Beschwerdeführer setzt sich weder mit dem Begriff der Zensur noch mit der hierzu ergangenen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts auseinander. Er verkennt insbesondere, dass unter Zensur im Sinne von Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG nur die Vorzensur zu verstehen ist, also einschränkende Maßnahmen vor der Herstellung oder Verbreitung eines Geisteswerkes, insbesondere das Abhängigmachen von behördlicher Vorprüfung und Genehmigung seines Inhalts (vgl. BVerfGE 33, 52 <71 f.>). Eine solche war vorliegend bereits deshalb nicht gegeben, weil der Beschwerdeführer keineswegs dazu verpflichtet war, die von ihm beabsichtigte Werbemaßnahme vorab der Beklagten zur Prüfung und Billigung vorzulegen. Dies geschah vielmehr freiwillig und nach eigenem Entschluss des Beschwerdeführers, der es offenkundig vermeiden wollte, finanzielle Mittel für eine Werbemaßnahme aufzuwenden, für die er befürchtete, dass sie ihm anschließend berufsrechtlich untersagt werden könnte. Um Zensur im Sinne des Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG handelt es sich dabei jedoch erkennbar nicht.

b) Auch die behauptete Verletzung seiner Kunstfreiheit macht der Beschwerdeführer nicht hinreichend deutlich. Ungeachtet der Frage, inwieweit die Ausgangsgerichte überhaupt in den Schutzbereich des Art. 5 Abs. 3 Satz 1 GG eingegriffen haben, setzt sich der Beschwerdeführer mit einer möglichen verfassungsrechtlichen Rechtfertigung eines etwaigen Eingriffs nicht hinreichend auseinander. Auch insoweit bezieht er sich auf Ausführungen des Bundesverfassungsgerichts zur Benetton-Werbung (BVerfGE 102, 347), ohne den Unterschied zur Zulässigkeit der Werbung eines Rechtsanwalts herauszuarbeiten und sich mit den unterschiedlichen Voraussetzungen auseinanderzusetzen.

c) Gleiches gilt für die behauptete Verletzung von Art. 12 Abs. 1 GG. Auch hier beachtet der Beschwerdeführer nicht, dass ihm als Rechtsanwalt durch § 43b BRAO besondere Grenzen für die

Werbung gezogen sind, seine freie Berufsausübung insoweit also durch Gesetz beschränkt ist. Dass die Norm als solche oder im konkreten Fall ihrer Anwendung in nicht zu rechtfertigender Weise in seine Berufsfreiheit eingreifen könnte, legt der Beschwerdeführer mit seinen pauschalen, in erster Linie auf die Meinungs- und Kunstfreiheit bezogenen Ausführungen nicht hinreichend dar.

Von einer weiteren Begründung wird nach § 93d Abs. 1 Satz 3 BVerfGG abgesehen.

35

Diese Entscheidung ist unanfechtbar.

36

Gaier

Schluckebier

Paulus