

Zeitschrift: Schweizer Ingenieur und Architekt
Herausgeber: Verlags-AG der akademischen technischen Vereine
Band: 116 (1998)
Heft: 27/28

Sonstiges

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Rechtsfragen

Werbung: ein geschütztes Recht

Einige rechtliche Anmerkungen (2. Teil)

Im letzten Artikel (SI+A 25, S. 491) haben wir gesehen, dass das Bundesgericht das Recht auf Werbung als verfassungsmässig geschütztes Recht qualifiziert hat. Gleichzeitig hat es festgehalten, dass die Kantone dieses Recht gesetzlich einschränken dürfen. Ein kantonales Werbeverbot ist aber nicht zulässig. Werbung muss in einem gewissen Masse auch für Architekten und Ingenieure zulässig sein. Offen war, in welchem Masse.

Das Bundesgericht hat in dieser Frage die Anwendung der Ordnung SIA 154 über die Werbung als zulässig erklärt. Dies ob schon diese durch die waadtländische Architektenkammer auf einen Architekten angewendet worden war, der nicht SIA-Mitglied war. Offen blieb, ob das Bundesgericht auch die Verurteilung des Architekten zu einer Busse von 1000 Franken geschützt hatte. Dazu die folgenden Ausführungen:

Ordnung SIA 154 über die Werbung...

Die Ordnung SIA 154 über die Werbung (Ausgabe 1973) lässt in Art. 1 Werbung durch SIA-Mitglieder zu, sofern sie:

- ausschliesslich informativ ist oder in direktem Zusammenhang mit erstellten Werken oder Projekten steht;
- nicht im Widerspruch zu den ethischen Grundsätzen von Art. 6 der SIA-Statuten steht;
- weder standesunwürdig, unkollegial, exzessiv, noch in Verbindung mit fremden Produkten erfolgt.

Diese generalklauselartig formulierten Grundsätze werden in Art. 2 näher ausgeführt. So gilt jene Werbung als standesunwürdig, die dem Stand des Ingenieurs und des Architekten Schaden zufügen kann oder irreführende Angaben enthält. Als besonders standesunwürdig gilt dabei das Versprechen von Vorteilen oder Zusicherungen von Rabatten, Vergünstigungen und dergleichen. Unter unkollegialer Werbung ist gemäss der Ordnung «jene zu verstehen, durch welche versucht wird, sich mit bewertender oder vergleichender Werbung Vorteile gegenüber Kollegen zu verschaffen». Als exzessiv wird jene Werbung bezeichnet, die marktschreierisch, in Superlativen oder in anderer übertriebener Art und Weise erfolgt. Ingenieure, Archi-

tekte und Projektierungsbüros sind aufgrund der Ordnung weiter gehalten, ihre Dienstleistungen objektiv und sachgemäss anzubieten. Werbung durch Radio, öffentliche Film- und Diavorführungen sowie Fernsehen verbietet die Ordnung. Gemäss dem Wortlaut der SIA-Ordnung ist Werbung im Zusammenhang mit fremden Produkten «in jedem Fall verboten, um die Unabhängigkeit der Ingenieure, Architekten und Projektierungsbüros gegenüber Herstellern, Lieferanten oder Unternehmen klar zum Ausdruck zu bringen».

Über die Einhaltung dieser Werbegrundsätze durch die SIA-Mitglieder wacht die Kommission für Fragen der Werbung. Klagen über Verstösse gegen diese Ordnung können bei der Kommission für Fragen der Werbung eingereicht werden. Verstösse von Mitgliedern des SIA werden - jeweils auf Antrag der Kommission - von der zuständigen Ständekommission, Verstösse von im SIA-Verzeichnis eingetragenen Büros hingegen von Central-Comité geahndet.

Soweit die Ordnung und ihre Grundsätze. Die Anwendung in der Praxis bereitet grosse Schwierigkeiten. Das liegt in der Natur der Sache. Es ist ausserordentlich schwierig, klare Richtlinien festzulegen. Zu vielgestaltig sind die Sachverhalte des geschäftlichen Lebens und die Kreativität insbesondere von Architekten und Ingenieuren.

...und ihre Anwendung in einem konkreten Fall

Die Urteile, die dem im ersten Artikel zitierten Entscheid des Bundesgerichts zugrunde lagen, basierten auf den Grundsätzen der Ordnung SIA 154 über die Werbung. Die waadtländische Architektenkammer und der Regierungsrat des Kantons Waadt waren zu folgenden Schlüssen gekommen: Zunächst hielten beide fest, dass trotz (!) des absoluten Werbeverbots im kantonalen Gesetz über den Architektenberuf ein gewisses Mass an Werbung zulässig sein müsse. Im zur Beurteilung vorliegenden Fall sei aber das tolerierbare Mass überschritten worden. Dies, weil die vom betreffenden Architekten erfolgte Werbung Wertungs- und Vergleichscharakter gehabt habe und insgesamt mehr auf rein kommerziellen Kundenfang («racolage») hinausgelaufen sei als auf eine objektive Information. Der Architekt habe sich auch nicht darauf beschränkt, seine Dienstleistungen anzubieten, sondern darauf hingewiesen, seine Dienstleistungen

seien besser als diejenigen anderer Anbieter. Was bei der Werbung für gewöhnliche kommerzielle Produkte zulässig sei, erweise sich im Rahmen der Ausübung eines liberalen Berufes als marktschreierisch und aggressiv, was sich nicht mit der beruflichen Würde der Architekten vereinbaren lasse.

Das Bundesgericht hat diese Entscheide geschützt. Die Verurteilung des Architekten zu einer Busse von 1000 Franken wurde damit rechtskräftig.

Schlussbemerkungen

Anzufügen bleibt, dass die wenigsten Kantone Bestimmungen über die Werbung durch Architekten oder Ingenieure erlassen haben. Der geschilderte waadtländische Fall lässt sich demnach nicht einfach auf andere Kantone übertragen. In den meisten Kantonen stellt sich also die Frage, wie sich die Rechtslage eigentlich darstellt. Als Grundsatz kann festgehalten werden, dass Werbung durch Architekten und Ingenieure - wie gemäss der Ordnung SIA 154 - zulässig ist. Unklar kann im konkreten Fall höchstens sein, in welchem Masse sie zulässig ist.

Um die Frage detaillierter zu beantworten, ist ein Blick über die Planerbranche hinaus nötig. Dabei sind die Entwicklungen der letzten Jahre zu beachten. Die liberalen Berufe sind insgesamt vermehrtem Wettbewerb ausgesetzt worden. Werbeverbote bei Ärzten und Anwälten - die als Vorbild für ähnliche Regelungen in der Planerbranche gedient haben - sind denn auch auf Druck der Kartell- bzw. Wettbewerbskommission gefallen. Das Umfeld hat sich insgesamt wesentlich geändert. Gerade in Anwaltskreisen stellt sich immer mehr die Frage, ob die selbstgewählte Zurückhaltung in der Werbung angesichts der erdrückenden Konkurrenz durch Treuhandfirmen, Banken, Versicherungen und andere «Gross»-Unternehmen nicht eine eigentliche Selbstfesselung sei, die eben gerade auch diese Konkurrenten stärke. Ähnliche Überlegungen dürften wohl bezüglich freiberuflichen, selbständigen Architekten und Ingenieuren im Verhältnis etwa zu Generalunternehmungen anzustellen sein.

Sei dem wie es wolle: Trotz allen Umwälzungen geblieben ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), das sich in seinem Artikel 3 mit unlauteren Werbemethoden befasst. Diesem Gesetz, seinem Verhältnis zum Kartellgesetz und der Stellung der vereinsrechtlich nach wie vor gültigen Ordnung SIA 154 wird der nächste Artikel gewidmet sein.

Peter Rechsteiner, Fürsprecher, Solothurn