



Werbung von Architekten Informationen des Ausschusses Berufsordnung

Teil 2: Werbeaussagen dürfen die Unabhängigkeit des freischaffenden Architekten nicht beeinträchtigen und müssen nachprüfbar sein

Architekten dürfen werben.

Auf den ersten Blick erscheint eine scharfe Grenzziehung zwischen „erlaubter“ und „nicht erlaubter“ Werbung oft nicht möglich. Berücksichtigt man jedoch, dass Werbung darauf abzielt, potenzielle Kunden über die Leistungen des Architekturbüros zu informieren, wird schnell deutlich, dass bei der Werbung für ein Architekturbüro folgendes zu beachten ist:

- Aussagen zu Leistungen des Büros müssen richtig und nachprüfbar sein. Sie dürfen beim Kunden keine unrichtige Erwartungshaltung hervorrufen.
- Wer einem freischaffenden Architekten einen Auftrag erteilt, vertraut darauf, einen unabhängigen Berater und Treuhänder an seiner Seite zu haben.

Umgekehrt bedeutet dies für die einzelne Werbemaßnahme, dass der Architekt alles zu unterlassen hat, was dem Ansehen seines Berufes und damit seiner Unabhängigkeit schaden könnte. Im Sinne eines effektiven Verbraucherschutzes stellt die Berufsordnung deshalb auf eine mögliche Gefährdung oder Beeinträchtigung der Unabhängigkeit des freischaffenden Architekten ab. Gemeint ist damit eine mögliche wirtschaftliche und persönliche Abhängigkeit des Architekten zu gewerblichen Geschäftspartnern wie Herstellern, Lieferanten, Unternehmern usw. Worin in der Praxis die eigentlichen Abgrenzungsschwierigkeiten liegen, darauf wird in den einzelnen Beispielen noch einzugehen sein.

Wer über seine berufliche Leistung der Form und dem Inhalt nach sachlich informiert, wird mit den Werberegulungen der Berufsordnung nicht in Konflikt geraten, gleichgültig für welchen Werbeträger - z. B. Anzeige, Bürobroschüre, Internetauftritt, Fahrzeugbeschriftung usw. - sich der Architekt auch entscheidet. Unproblematisch sind deshalb Darstellungen, die den Inhalt einer Visitenkarte widerspiegeln, insbesondere die Angabe von Kontaktdaten sowie ein Hinweis auf eine bestehende Homepage des Büros. Leistungsbezogen ist auch die Benennung von Tätigkeitsschwerpunkten, z.B. Sanierung, Energieberatung, SiGeKo usw.

Vorsicht ist geboten, bei der Darstellung des eigenen Büros mit Geschäftspartnern und falls in Erwägung gezogen wird, eine Werbung teilweise oder ganz fremd finanzieren zu lassen. In diesen Fällen könnte typischerweise die Unabhängigkeit des Architekten gefährdet sein. Nicht möglich sind deshalb Verlinkungen auf der Homepage des Architekten zu Herstellerfirmen oder anderen Unternehmen. Werbeanzeigen müssen vom Büroinhaber immer selbst finanziert werden. Würde ein Büro insoweit gesponsert werden, hätte es diese Aufwendungen zwar tatsächlich gespart, würde sich jedoch persönlich oder u. U. sogar wirtschaftlich in die Hand des Sponsors geben. Die Unabhängigkeit des Architekten wäre somit nicht mehr gewährleistet.

Selbstverständlich ist die Einhaltung der Berufsordnung ein wesentlicher Aspekt bei der Außendarstellung des Büros. Ein anderer, aber nicht weniger wichtiger Punkt ist die Frage, ob eine konkrete Werbemaßnahme für das Büro entsprechende Werbewirkung in Form von konkreten Aufträgen haben wird. Ob entsprechende Mittel für die beabsichtigte Maßnahme sinnvoll eingesetzt werden können, ist das Ergebnis einer Marktanalyse und liegt damit in der unternehmerischen Entscheidung des Architekten. Dies ist keine Frage der Berufsordnung.

RAin Alexandra Seemüller, Referentin für Recht und Berufsordnung