



Werbung von Architekten Informationen des Ausschusses Berufsordnung

Teil 8: Werbemaßnahmen auf Fahrzeugen

Der Anruf eines Bauherrn, vielleicht eine soziale oder gemeinnützige Einrichtung, ein Verein, Theater o. ä.: Man sucht Sponsoren zur Mitfinanzierung eines Fahrzeugs in Form von Werbeanzeigen auf den Wagenflächen. Als rollende Litfass-Säule fährt das mit Werbungen „vollgeklebte“ Fahrzeug durch unsere Straßen.

Grundsätzlich ist gegen diese Art des Sponsoring und der damit verbundenen Werbung für ein Architekturbüro nichts einzuwenden, die Unabhängigkeit des Büros bleibt davon sicher unberührt, handelt es sich doch mehr um eine finanzielle Unterstützung für den Erwerb eines Autos, als um wirkliche Werbung für das jeweilige Architekturbüro.

Gleiches gilt prinzipiell auch für andere Fahrzeuge, z. B. großflächige Anzeigen auf Bus-sen und Straßenbahnen. Wie bei jeder Werbemaßnahme sollte man aber vor der Ausführung überlegen, ob sich der große finanzielle Aufwand auch wirklich lohnt; denn die Entscheidung für einen bestimmten Architekten hängt wohl selten davon ab, wie groß sein „Name“ durch die Stadt fährt.

Aber wie sieht es aus, wenn der Architekt sein eigenes Auto als Werbeträger benutzen will? Auch hier gilt: Das Werbeverbot für Architekten ist nicht mehr existent, jeder darf sich und seine Leistungen einem breiten Publikum bekannt machen. Informationen zu Büro, Adresse, Erreichbarkeit über Telefon, Fax oder E-Mail, der Hinweis auf die eigene Internetadresse all dies kann auf die verschiedensten Werbeträger appliziert werden. Grundsätzlich gilt, dass die Angaben berufsbezogen und sachlich richtig dargestellt sein müssen.

Wie bei allen Werbeträgern sollte man auch beim Auto korrekt und informativ bleiben und auf reißerische Aussagen verzichten. Denn nicht alles was erlaubt ist, fördert auch das eigene Geschäft. Leicht kann es passieren, dass die Werbung peinlich, übertrieben oder kitschig wirkt und somit das Gegenteil des ursprünglichen Zweckes erreicht.

Natürlich muss jeder selbst entscheiden, ob er eine solche Art der Werbung für sinnvoll und zielorientiert hält. Aufmerksamkeit schaffen, das mag damit noch zu erreichen sein - aber auch ein neuer Auftrag? Die größte Werbewirkung haben sicher immer die ausgeführten Werke eines Architekten. Die gut gemachte Veröffentlichung in der Tagespresse zeigt die Leistung des Architekten, wirkt beispielhaft und dies ohne Kosten für besondere Werbemaßnahmen.

Haben sie andere Fragen zum Thema Werbung von Architekten? Die Ansprechpartner der Bayerischen Architektenkammer geben Ihnen jederzeit die gewünschte Auskunft.

Dipl.-Ing. Michael Hetterich, Architekt
Vorsitzender des Ausschusses Berufsordnung der Bayerischen Architektenkammer