



Werbung von Architekten Informationen des Ausschusses Berufsordnung

Teil 3: Büroschilder, Visitenkarten, Internetauftritt

Hurra, das Rennen ist eröffnet! Endlich dürfen auch wir Architekten werben und unsere Kreativität für ureigene Zwecke im Werbebereich einsetzen. Ein Segen? Geht's uns damit endlich besser? Nun, das wohl nicht, aber es gehört zum aktuellen Tagesgeschäft.

Doch Vorsicht, Werbung kann nicht nur nützen, sondern auch schaden und verschlingt (eine Menge) Geld. Büroschild klein oder groß, farbig oder in „feurigem“ Mausgrau, funkelnd oder matt in Edelmetall, Glas, aus kostbarem Stein oder Beton - alles kein Problem mehr. Text viel oder wenig, fein oder derb, alles ist erlaubt. Aber stopp...

Wer sind wir? Unabhängig, Treuhänder des Bauherrn, Wertgeber, Bauschaffende, Unternehmer? Es ist wie beim Entwerfen: Gute Idee..., Ausarbeitung... und dann doch Probleme.

Ein Blick in unsere Berufsordnung schafft etwas mehr Klarheit. Neben der Bezeichnung Architekt (natürlich eingetragen in die Architektenliste!), den akademischen Titeln, dem Namen, der Adresse, E-Mail und Homepage dürfen auch Leistungsschwerpunkte genannt werden, z.B. Altbausanierung, Energieberatung usw. Dies setzt aber voraus, dass es sich hierbei um eine ehrliche und sachliche Unterrichtung handelt, die auf einer soliden Basis beruht, und also beim Bauherrn keine unrichtige Erwartungshaltung hervorruft. Bilder sind erlaubt, aber ausschließlich von eigenen Bauten (und sie sollten gut sein...).

Titel und Bezeichnungen, die nicht geschützt sind (z.B. „Anstrichberater“), sollte man sich gut überlegen, da Derartiges oft eher verwirrend oder gar peinlich wirkt.

Negativ vergleichender oder reißerischer Werbung schiebt das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) einen Riegel vor. Und selbstverständlich gilt das in der Berufsordnung verankerte Prinzip der Kollegialität.

Was auf dem Büroschild steht, kann man auch auf die Visitenkarte übertragen. Und wem darf man Visitenkarten geben? Grundsätzlich allen Interessierten, wobei es mittlerweile kein Problem mehr zu sein scheint, seine Visitenkarten auch auf Jahrmärkten aufzulegen. Doch ist das auch gut? Die Antwort ist ein klares Nein, denn der Architekt muss als Kulturträger auch Würde bewahren. Zudem wird es auch wenig dazu beitragen, potenzielle Bauherren zu gewinnen.

Nicht verwehrt ist jedoch die Benennung von Kooperationspartnern, wenn die Zusammenarbeit auf Dauer angelegt und unmissverständlich dargestellt sowie die eigene Unabhängigkeit gewährleistet ist. Auch die Verbindung mit einem in Eigenregie betriebenen Baugewerbe ist nicht schädlich, wenn die Vorgaben der Ziffer 3 Berufsordnung beachtet werden, also der Architekt als „baugewerblich tätig“ in die Architektenliste eingetragen ist und er diese Tätigkeitsverbindung seinen Kunden und Bauherren auch transparent offen legt.

Wichtig ist, dass keine Verbindung zu Geschäftspartnern hergestellt wird, die gewerblichen Nutzen aus der Nennung durch den Architekten ziehen könnten und vielleicht sogar die nun teurere Werbung sponsern. Hier wird es wirklich gefährlich, da der Architekt so seine Unabhängigkeit und damit seine Treuhänderfunktion riskiert.

Und last, but not least: Spezialfälle sollten auf alle Fälle mit den gut informierten Referenten der Kammer (vorher) besprochen werden.

Architekt Dipl.-Ing. Hans Romstätter
Mitglied des Ausschusses Berufsordnung (2003-2007)