

# SIA

Objekttyp: **AssociationNews**

Zeitschrift: **Tec21**

Band (Jahr): **138 (2012)**

Heft 19: **Berufsorganisationen**

PDF erstellt am: **19.09.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# EINDRÜCKE VOM 5. WFES IN ABU DHABI



01 «Greenwashing für die Teppichetage»  
(Zeichnung: Nicolas Bischof)

Die Wege in eine saubere Energiezukunft sind grösstenteils bekannt, erscheinen angesichts der Realität jedoch oftmals als Traumfadede. Nur wenige aufstrebende Metropolen widerspiegeln dies in solchem Ausmass wie Abu Dhabi, jährliche Gaststadt des «World Future Energy Summit», wo beide mit grosser Selbstverständlichkeit zusammentreffen.<sup>1</sup>

Anfang der 1970er-Jahre: Abu Dhabi ist ein kleiner Hafen mit ein paar Zelten mitten in der Wüste. Einziges Auskommen: die Fischerei. Wasser ist knapp und wertvoll.

Januar 2012: Abu Dhabi ist eine Stadt aus gläsernen Wolkenkratzern mit knapp 900 000 Einwohnern. Haupteinkommensquelle: Erdöl. Wasser gibt es im Überfluss, denn Millionen von Litern werden täglich mithilfe einer

gigantischen Menge von nicht erneuerbarer Energie entsalzt. Damit dieses nicht nachhaltige Wachstum weiter gehen kann, und um dem Ganzen ein wenig Prestige zu verleihen, soll nun ein Atomkraftwerk gebaut werden. Um Energie zu sparen, wird aber nichts, oder fast nichts getan:

- Ein durchschnittliches Gebäude in Abu Dhabi verbraucht pro Jahr mehr als 200 kWh/m<sup>2</sup> Strom (Klimatisierung und Standardbenutzung), was in der Schweiz einem Gebäude mit der tiefsten Energieklasse G entspricht.
- Alle der Wüste abgetrotzten Flächen sind grün, auch die Ränder entlang den zig Kilometern Autobahn, obwohl es praktisch keinen Tropfen natürliches Süsswasser gibt.
- Die vor dem Kongresszentrum parkierten Autos der Würdenträger warten dort während Stunden mit laufendem Motor, um die Klimatisierung auf kaum 25°C in Gang zu halten.
- Im Hotel ist die Minibar leer, läuft aber in allen 400 Hotelzimmern auf der Maximalstufe, und der Zimmerservice verlässt das Zimmer und lässt alle Lichter (Glühbirnen!) eingeschaltet.

Seit fünf Jahren findet nun in diesem Umfeld jährlich der «World Future Energy Summit» (WFES) statt. Dieses Jahr wurde der Kongress unter anderem durch den chinesischen Premierminister Wen Jiabao, den Uno-Generalsekretär Ban Ki Moon und, als Prominenz aus der Schweiz, Bertrand Piccard eröffnet. Alles wird hier mit grüner Farbe und schönen Reden übertüncht – ein weltumspannendes Greenwashing erster Güte.

Trotzdem kann man hier zur Überzeugung gelangen, dass die Lösungen für eine nachhaltige Zukunft zum grössten Teil bekannt, verfügbar und einfach sind. Man muss sie also nur noch umsetzen. Und genau da be-

ginnen die Schwierigkeiten. Abu Dhabi ist diesbezüglich eine wunderbare Karikatur, die zeigt, weshalb diese Lösungen nicht umgesetzt werden: Alles wird von der Marktwirtschaft blockiert, die von den fossilen Energien lebt und von ihnen korrumpiert ist. Die auf kurzfristigen Gewinn ausgerichteten Projekte kümmern sich nicht um Betriebskosten und Dauerhaftigkeit. Das Marketing fördert den masslosen Konsum, den Komfort sowie die Träume und Ambitionen der Mehrheit.

Es ist klar, was zu tun ist: Energieeinsparung, Energieeffizienz und Suffizienz sind die einfachsten und wirtschaftlichsten Massnahmen. Sie hängen aber vom Verhalten eines jeden ab und sind leider keine spektakulären Massnahmen. Mit ihnen sinkt das BIP, und es entsteht nicht der Eindruck, dass mit den realisierten Einsparungen die Kaufkraft erhöht werden kann. Das heisst, diese Massnahmen wirken sich weder auf die Emotionen, noch auf den Markt oder den Geldbeutel der Bürger positiv aus – drei entscheidende Mängel in unserer entwickelten, sich dem Wachstum und Individualismus verschriebenen Welt.

Es zeichnet sich also ab, dass das notwendige soziale Bewusstsein und die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit der erneuerbaren Energien nur über eine Preiserhöhung von fossilen und nuklearen Energien erlangt werden kann, welche die effektiven Kosten (inklusive der externalisierten) widerspiegelt. Diese Teuerung ist aufgrund der Endlichkeit der Ressourcen längerfristig unabdingbar. Doch je früher der Preis steigt, desto weniger hart wird der Paradigmenwechsel für unsere Industriegesellschaften sein.

**Erdjan Opan**, Energiedelegierter SIA

#### Anmerkung

<sup>1</sup> Der nachfolgende Beitrag widerspiegelt die Sicht des Autors und repräsentiert somit nicht die Haltung des SIA.

## SCHWEIZER KLIMAPREIS

(pd) Zurich, Exklusivpartner der Jubiläumsgesellschaft des SIA, lanciert den Klimapreis Schweiz & Liechtenstein. Gesucht werden Projekte, die einen wirksamen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduktion, zur Steigerung der Ener-

gie- und Ressourceneffizienz sowie zu Verhaltensänderungen leisten. Der Preis ist mit insgesamt 150 000 Fr. dotiert und wird in den drei Kategorien Wohnen, Konsum und Mobilität vergeben. Teilnehmen können Einzelpersonen, Firmen, Vereine, Verbände und Institutionen, die ihren Wohn- und Firmensitz in der Schweiz oder dem Fürstentum Liechtenstein haben. Einsendeschluss ist der 15. November 2012. [www.klimapreis.zurich.ch](http://www.klimapreis.zurich.ch)

sonen, Firmen, Vereine, Verbände und Institutionen, die ihren Wohn- und Firmensitz in der Schweiz oder dem Fürstentum Liechtenstein haben. Einsendeschluss ist der 15. November 2012. [www.klimapreis.zurich.ch](http://www.klimapreis.zurich.ch)



# DER SIA UND DIE WERBUNG

Hatte der SIA in seinen Anfangszeiten noch keine Berührungsgänge mit dem Thema Werbung, rief er seine Mitglieder erstmals während der Rezession der 1930er-Jahre zur Zurückhaltung auf. Ein absolutes Werbeverbot existierte – entgegen eines hartnäckigen Gerüchts – allerdings nie und seit 2002 gibt es auch keine Werbeordnung mehr.

Auch wenn schon in den Ruinen von Pompeji Werbetafeln gefunden wurden, ist kommerzielle Werbung im heutigen Sinne doch ein Kind des Liberalismus; Industrialisierung und Massenproduktion, Gewerbe- und Pressefreiheit waren ein guter Nährboden. Berührungsgänge damit hatte der SIA damals nicht: In der Festschrift zur Jahresversammlung von 1877 in Zürich empfiehlt sich ein Architekt in einer Annonce für die Anfertigung von Bauplänen und zur Übernahme von Bauten gegen Pauschalsummen, nebst dem Verkauf von Parkett, Beschlägen, Gussäulen und Sparherden (vgl. Abb. 1).

## GLEICHE ZURÜCKHALTUNG WIE ÄRZTE ODER ANWÄLTE

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts unternahm der Verein erstmals verstärkte Anstrengungen, das SIA-Label zu einem Qualitätssymbol zu machen: Die Festschreibung berufsethischer Grundsätze für die SIA-Mitglieder, sowie die Beschränkung der Mitgliedschaft auf akademisch gebildete Ingenieure und Architekten in den 1911 revidierten Statuten weisen in diese Richtung. Diese Bestrebungen bedingten für gewisse Aspekte des berufsethischen Verhaltens Regelungen, so mit der Zeit auch für die Werbung. Mit dem Rückgang des Bauvolumens in den ausgehenden 1930er und den beginnenden Kriegsjahren wurde das Werben um «Kunden» offenbar zu einem Problem. In Beantwortung einer Anfrage der Sektionen Genf und Waadt gab das Central-Comité (C.C., heutige Direktion des SIA) im Oktober 1941 an der Delegiertenversammlung die offizielle Haltung des Vereins zur Werbung bekannt: «Das C.C. ist der Ansicht, dass die Mitglieder des SIA sich grundsätzlich im Reklamewesen die gleiche Zurückhaltung auferlegen müssen, wie im Allgemeinen der Arzt oder Anwalt.» Diese Antwort wurde diskussionslos akzeptiert und

über viele Jahre war Werbung im SIA kein Thema mehr. Anlass zur Diskussion gab sie wieder an der Präsidentenkonferenz vom März 1954, wegen einer von einem St. Galler-Verlag herausgegebenen «Baumappe», die durch Inserate von Ingenieuren und Architekten finanziert worden war. Das C.C. reagierte rasch und veröffentlichte vier Monate später «Richtlinien über Fragen der Reklame». «Die als freierwerbende Ingenieure und Architekten tätigen Mitglieder des S.I.A. legen sich in Fragen der Reklame Zurückhaltung auf. Eine persönliche Reklame steht im Widerspruch zu Artikel 6. der Statuten und ist weder im Interesse des Standes noch demjenigen der Mitglieder», lautete der vorangestellte Grundsatz. Ergänzt wurde dieser durch konkrete Beispiele verbotener Reklame: Persönliche Inserate, persönliche Reklametafeln auf einer Baustelle oder die Beteiligung an einer durch Unternehmer finanzierten Publikation zu einem Bauwerk.

## KEINE UNKOLLEGIALE UND EXZESSIVE WERBUNG

In den Jahren der Hochkonjunktur und mit dem Auftreten neuer Konkurrenten auf dem Markt – vermehrt machten Generalunternehmer mit lauter Werbung auf sich aufmerksam – wurde im Verein der Ruf nach einer Überprüfung der Reklameregulungen laut. Eine neu eingesetzte Kommission für Werbung überarbeitete die Richtlinien und wertete sie zu einer «Ordnung über die Werbung» (SIA 154) auf, die im Juni 1973 von den Delegierten genehmigt wurde. Verboten war danach «standesunwürdige» Werbung, wie irreführende Angaben oder die Zusicherung von Rabatten und dergleichen, «unkollegiale» Werbung, wie das Versprechen von Vorteilen gegenüber Berufskollegen, sowie «exzessive» Werbung, die marktschreierisch oder in anderer übertriebener Art erfolgt. Verboten wurde auch Werbung in Radio oder Fernsehen, sowie Werbung die im Zusammenhang mit fremden Produkten stand. Diese Bestimmungen wurden restriktiv interpretiert und über Jahre faktisch als Werbeverbot verstanden.

## WERBUNG GRUNDSÄTZLICH ERLAUBT

Doch das wirtschaftliche Umfeld veränderte sich. Im Frühsommer 1986 lancierte ein

**A. WEHRLY, Architekt**

5 BÄRENGASSE – ZÜRICH – BÄRENGASSE 5

empfiehlt sich zur Anfertigung von Bauplänen, Kostenausschlägen, Bauleitung, sowie zur Übernahme von Bauten gegen Pauschalsummen.

Eerner liefert derselbe:

**Parquetten** in Tannen-, Buchen-, Ahorn-, Nussbaum- u. Eichenholz (144 verschiedene Muster).

**Zug- und Roll-Jalousien** (Selbstroller) in Holz u. Gussstahlblech.

**Thürbeschläge** in reichster Auswahl, von den einfachsten bis zu den elegantesten.

**Fenster- u. Ladenbeschläge** (Cremonen) mit u. ohne Mittelschluss.

**Zinkornamente**, als: Marquisen, Gallerien, Häng-Garnituren, First- und Grat-Verzierungen, diverse Ornamente, Blatt-Verzierungen, Thierköpfe, Vasen, Ballstre, Dachfenster, Dachspitzen etc.

**Ornamentguss-Säulen**, Wendeltreppen, Balkon- und Treppengeländer, Vasen, Thürfüllungen, Consolen, Lanzenspitzen, First- und Grat-Verzierungen.

**Sparherde**, transportable, solide und billige Construction, für Holz-, Steinbohlen- u. Torfbrand eingerichtet, mit grösster Ersparnis an Zeit und Brennmaterial.

**Automatische Dampfwaschkessel**, transportabel, mit ausgemauertem Kesselfuss, 30–60 Liter fassend.

**Meidinger'sche und schwedische Regulirfüllfen** für Räume bis zu 1500 Kubikmeter Inhalt.

**Ventilatoren für Wohn- und Schlafzimmer** in einfachster und solidester Construction.

**Fayence-Platten** zu Wandverkleidungen für Vestibules, Küchen, Badezimmer etc.

**Holzement-Bedachungen** zu billigen Preisen in solider Ausführung.

**Comptoir und Magazin**

5 BÄRENGASSE – ZÜRICH – BÄRENGASSE 5

01 Inserat aus der Festschrift zur Jahresversammlung des SIA von 1877 (Reproduktion: Archiv SIA)

grosses Architekturbüro im Hinblick auf seinen Börsengang – ein bis dahin bei Planungsbüros kaum bekannter Vorgang – eine Werbekampagne in der Tagespresse. Die Vereinsleitung wurde im Voraus darüber orientiert und war der Ansicht, dass dies zulässig sei; die Basis des Vereins jedoch reagierte empört. Die Sektionen Genf und Waadt gaben ihrem Unmut mit schriftlichen Eingaben an das C.C. Ausdruck, die Fachgruppe für Architektur mit einer von ihrer Generalversammlung verabschiedeten Resolution, die den Ausschluss der Verantwortlichen aus dem SIA forderte. Dass ein Teilhaber des Büros Mitglied des C.C. gewesen war und 1984 aufgrund seiner Verdienste zum Ehrenmitglied ernannt wurde, machte die Sache nicht einfacher.

Der Fall wurde an der Delegiertenversammlung vom Juni 1986 unter «Mitteilungen» angesprochen und führte zu einer engagierten Diskussion; eine klare Mehrheit der Delegierten verurteilte die Inserateaktion. Gestützt auf die Beurteilung durch die Kommission für Werbung, rügte das C.C. den Verstoß gegen die Ordnung SIA 154, ohne aber weitere Sanktionen zu ergreifen. Der Fall zeigte, dass



die Regelungen zur Werbung erneut überprüft werden sollten, wobei zunächst offen war, in welche Richtung eine Revision gehen sollte. Doch schon bei der Formulierung des Revisionsauftrags an die Werbekommission wurde im C.C. die Frage gestellt, ob eine Revision «in einer restriktiven Richtung einen Sinn hat, wenn ohnehin zahlreiche Büros sich nicht verpflichtet fühlen, die Werbeordnung einzuhalten.» Die Kommission SIA 154 verneinte einen Revisionsbedarf für die Ordnung und hielt fest, dass die Ordnung Werbung grundsätzlich erlaube.

#### RÜCKZUG DER WERBEORDNUNG

Ihren letzten Fall hatte die Werbekommission 1998 zu bearbeiten – in einer Zeit, als die Tendenzen zur Liberalisierung der Wirtschaft deutlich wurden und die SIA-Tarife unter Beschluss der Eidgenössischen Kartellkommission gerieten. In einem Inserat mit der Ankündigung des Zusammenschlusses von zwei Büros zu einer neuen, im SIA-Verzeichnis eingetragenen Firma, war ein Rabatt auf SIA-Honorare angeboten worden. Die Gewährung von Rabatten jedoch wurde in der SIA-Werbeordnung explizit als «besonders standesunwürdig» bezeichnet, und die gegen die verantwortlichen SIA-Mitglieder ein-

gereichte Klage musste von der Werbekommission gestützt werden. Sie beantragte, dem eingeklagten Büro einen Verweis zu erteilen, jedoch ohne Publikation in den Vereinszeitschriften – eine für «besonders standesunwürdiges» Verhalten eher milde Sanktion. In der Werbekommission liess dieser Fall das Bewusstsein reifen, «aus der guten alten Zeit» zu stammen und ein «Fossil ohne Aufgabe und Wirkung» zu sein. Im Jahresbericht 2000 ergänzte sie dazu: «Die Liberalisierung [...] erzeugt einen Wettbewerb, in dem alle tauglichen Mittel eingesetzt werden [...]. Man mag dies bedauern oder begrüssen, beseitigen kann man diesen Wettbewerb kaum mehr», und stellte in Aussicht, ihre eigene Auflösung zu beantragen.

Auch in der Vereinsleitung hatte sich nun die Meinung durchgesetzt, dass die Gesetzgebung zum unlauteren Wettbewerb zur Regelung der Werbung genüge und die Werbeordnung zurückzuziehen sei. «In Anbetracht der bestehenden Realitäten», so der Wortlaut des Antrags an die Delegiertenversammlung, wurde die SIA-Werbeordnung am 15. Juni 2002 ausser Kraft gesetzt und die Kommission SIA 154 aufgelöst. Als Ersatz für die Werbeordnung erschien Ende 2002 die Publikation «Qualität kommunizieren – Kom-

munikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung» durch Mitglieder des SIA, im Folgejahr ergänzt durch Kurse von FORM, in denen die Anwendung von Werbung als Form des Marketings von Planungsbüros vermittelt wurde.

**Klaus Fischli**, 1983 bis 2006 Mitarbeiter des Generalsekretariats, klaus.fischli@bluewin.ch

#### SERIE ZUM SIA-JUBILÄUM

Anlässlich des 175-Jahr-Jubiläums des SIA beleuchten unterschiedliche Autoren und Autorinnen in loser Folge ausgewählte Ereignisse der Vereinsgeschichte.

Bereits erschienen: «Zur Geschichte des SIA-Sekretariats» (TEC21 11/2012).

#### CHRONIK DES SIA: 1837–2011

Eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Vereinsgeschichte bietet die neue Chronik des SIA 1837–2011, die von Klaus Fischli zusammengestellt und ergänzt wurde. Die rund 80 Seiten umfassende Publikation bietet eine Übersicht über die Meilensteine der ersten 150 Jahre des SIA wie die Entstehung des Normenwerks, die Arbeitsbeschaffung während der Kriegsjahre oder die ersten Konflikte mit der Preiskontrolle, und enthält eine kompakte Aufarbeitung ausgewählter Themen der letzten 25 Jahre. Die Chronik kann für 25 Fr. per E-Mail bestellt werden bei: Verena Fischer, Generalsekretariat SIA, verena.fischer@sia.ch.

## ANDRÉ RIVOIRE (1916–2011)

Anlässlich der Feierlichkeiten und Rückblicke rund um das 175-jährige Bestehen des SIA ist es angebracht, einer aussergewöhnlichen Persönlichkeit zu gedenken. André Rivoire stand unserem Verein von 1961 bis 1971 vor, war während über vierzig Jahren Ehrenmitglied und starb Ende 2011 in Genf.

1916 geboren, hat Rivoire, pflichtbewusst und ein Mann von Wort, dem SIA in verschiedener Hinsicht mit Hingabe gedient. Während seiner langen Präsidentschaft baute er die Struktur unseres Vereins um, sodass sich dieser besser für die Berufsehre und die Interessen der Planer einsetzen konnte, aber auch, um unseren Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Gemeinschaft und Allgemeinheit gegenüber Priorität geben zu können. Trotz der Arbeitslast als Stadtpräsident einer gros-

sen Genfer Gemeinde (Le Grand Saconnex) zögerte er nicht, sich als Verwaltungsrat der Seatu-Verlags AG von 1973 bis 1990 gleichzeitig für die technischen Publikationen des SIA einzusetzen.

André Rivoire blieb aber in erster Linie Architekt. Unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg half er von 1946 bis 1948 beim Wiederaufbau des bombardierten Oslo. Zu Norwegen, dem Land, aus dem seine Ehefrau, ebenfalls Architektin, stammte, hegte er eine grosse Verbundenheit.

1949 aus Norwegen zurückgekehrt, baute er sein eigenes Haus in «nordischem Stil». Gemeinsam mit Edmond Fatio gründete er ein Architekturbüro, das er nach dessen Tod um 1960 als grosser Patron alleine weiter führte. Er realisierte zahlreiche Bauten, teilweise in

Zusammenarbeit mit seiner Frau. Sein Verantwortungsbewusstsein war derart, dass er nie, aber auch gar nie, ein Budget oder einen Kostenvoranschlag eines seiner Projekte um das Geringste überschritten hätte.

Bis zuletzt war André Rivoire äusserst stolz auf seine Familie, seine drei Kinder, seine sechs Grosskinder und vor allem auf seine zahlreichen Urgrosskinder.

**Prof. Dr. Jean-Claude Badoux**, Präsident des SIA 1986–91, Ehrenmitglied des SIA und Präsident der Schweizerischen Standeskommission, jean-claude.badoux@epfl.ch

# BENCHMARKING DER PLANERVERBÄNDE

Mitte Mai 2012 startet die nächste Kennzahlenerhebung (früher: Ermittlung der Gemeinkosten und Arbeitsstunden) der Architektur- und Ingenieurbüros. Neu wird die Erhebung auf einer Online-Plattform durchgeführt, die den Teilnehmenden direkten Einblick in anonymisiertes Zahlenmaterial ermöglicht.

Seit den 1970er-Jahren führt der SIA gemeinsam mit Partnerverbänden periodische Erhebungen zu den Gemeinkosten und Arbeitsstunden sowie der Lohnstruktur der Planungsbranche durch. Bis ins Jahr 2005 wurden diese Daten rund alle drei Jahre erhoben. Neu soll in ungeraden Jahren die Lohnerhebung stattfinden und in geraden Jahren die Umfrage zu den Gemeinkosten und Arbeitsstunden (Kennzahlenerhebung).

Für die Kennzahlenerhebung, die letztmals im Jahr 2006 durchgeführt wurde, soll ab Mitte Mai 2012 eine Umfrage unter den Mitgliedern des SIA und der Partnerverbände gestartet werden (vgl. Kasten). Erstmals wird die Erhebung über eine Online-Plattform durchgeführt, die den Teilnehmenden Einblick in das anonymisierte Datenmaterial ermöglicht. Diese zusätzliche Transparenz soll Planern erleichtern, ihr Unternehmen auf seine Wirtschaftlichkeit hin zu prüfen und bei Fehlentwicklungen frühzeitig zu reagieren.

## KENNZAHLEN

Die Online-Informationsplattform liefert unter anderem folgende, für die finanzielle Unternehmensführung relevante Kennzahlen:

– *Produktivität des Unternehmens*: Diese zentrale Kennzahl errechnet sich, indem die auftragsbezogenen Stunden durch die

Ist-Präsenzzeit geteilt werden. Wünschenswert ist ein Wert von mindestens 75%.

– *Gemeinkostenfaktor*: Der Faktor ergibt sich aus der Teilung der Gemeinkosten durch die Bruttolöhne. Je nach Fachrichtung kann dieser Wert sehr unterschiedlich ausfallen. Bei der letzten Erhebung ergaben sich Werte zwischen 54% und 64%.

– *Mittlerer Bürokostensatz*: Die Gesamtkosten werden durch die Anzahl Projektstunden des Unternehmens geteilt. Für die finanzielle Planung des Unternehmens ist die Kenntnis dieser Kennzahl wesentlich. Allerdings ist bei künftigen Änderungen der Bürostruktur zu beachten, dass sich auch der mittlere Bürokostensatz verändern wird.

– *Gesamtkosten pro Vollzeitmitarbeiter*: Die Gesamtkosten werden durch die Anzahl Vollzeitstellen geteilt. Mit dieser Kennzahl kann ermittelt werden, wie hoch der Minimalumsatz pro Mitarbeiter ausfallen muss, damit sämtliche Kosten gedeckt sind (*break even*).

– *Honorarumsatz pro Vollzeitstelle*: Der Jahresumsatz des Unternehmens wird durch die Anzahl Vollzeitstellen geteilt. Die Differenz zwischen «Honorarumsatz pro Vollzeitstelle» und «Gesamtkosten pro Vollzeitstelle» ergibt den Unternehmensgewinn vor Steuern.

– *Arbeitskostenquote*: Die Personalkosten werden durch die Gesamtkosten geteilt. Bei der letzten Erhebung betrug dieser Wert je nach Fachrichtung zwischen 74% bis 78%.

## LOHNERHEBUNG

Die bisher durchgeführte Lohnerhebung (letztmals 2009) wird in ihrer Grundstruktur beibehalten. Künftig wird sie ebenfalls über

eine Online-Plattform durchgeführt, die um einige Features ergänzt ist. So ist neu die Erhebung von Löhnen für Praktikanten und Studienabgänger vorgesehen. Zudem soll ein Lohnrechner auf einfache Art und Weise Vergleiche ermöglichen: Durch Anklicken der gewünschten Parameter (Funktion, Grossregion, Bürogrösse, Alterskategorie) wird der potenzielle Lohn angezeigt. Die nächste Lohnerhebung soll im Frühling 2013 stattfinden.

## PARTNER

Wie in früheren Jahren werden die Erhebungen unter der Leitung des SIA und unter Beteiligung der Partnerverbände USIC, BSA, IGS und FSAI durchgeführt. Für die inhaltlichen Belange, insbesondere die Überprüfung der Plausibilität und die Analyse der Daten sowie das Verfassen des Umfrageberichts zeichnet wiederum die BDO AG verantwortlich. Als langjähriger Partner des SIA stellt sie die absolute Vertraulichkeit und die Anonymität der Daten auf der Plattform sicher.

**David Fässler**, Försprecher, M.B.A., Projektleiter  
SIA-Service, david.faessler@sia.ch

**Christian Zumstein**, dipl. Treuhandexperte/  
Betriebsökonom FH, Partner der BDO AG,  
christian.zumstein@bdo.ch

## KENNZAHLENERHEBUNG 2011

Die Kennzahlenerhebung 2011 (auf Basis der Kennzahlen des letzten Jahres) findet ab Mitte Mai 2012 statt. SIA-Firmenmitglieder bzw. Mitglieder der Partnerverbände USIC, BSA, IGS und FSAI, die spätestens seit April 2012 als Mitglieder erfasst sind, werden ab Mitte Mai per E-Mail zur Teilnahme eingeladen.

# 70 JAHRE VSI.ASAI.

(pd) Im Rahmen der Generalversammlung in La Neuveville am 15./16. Juni 2012 feiert die Vereinigung Schweizer Innenarchitekten (VSI.ASAI.) ihr 70-jähriges Bestehen. Der Festakt wird begleitet von einem Besuch beim Atelier OI, geführt vom VSI-Mitglied Aurel Aebi. Die Vereinigung wurde 1942

von einer Gruppe ehemaliger Schüler der Innenausbauklasse der damaligen Kunstgewerbeschule Zürich gegründet. Zu den Gründungsmitgliedern gehörten Gestalterpersönlichkeiten wie Otto Glaus, Willy Guhl, Wilhelm Kienzle und Oskar Burri. Die VSI ist heute ein Fachverein des SIA und vertritt

die Interessen von rund 320 Mitgliedern aus den vier Schweizer Sprachregionen. Sie kümmert sich unter anderem um die Berufs- anerkennung, Aus- und Weiterbildungsfragen und unterstützt ihre Mitglieder in der Berufsausübung.

[www.vsi-asai.ch](http://www.vsi-asai.ch)



## «EIN PROBLEM DES BERUFSSTANDS»



01 Wären sie Anwälte, würden sie nicht hier sitzen (von links): Heinz Klausner, Daniel Niggli, Martin Deuring, Michael Hauser (Moderation) (Foto: Felix Ammann)

Gratis Vorleistungen sind dann angebracht, wenn die Entschädigung am Ende stimmt, so das Fazit der jüngsten Veranstaltung der Reihe «18.15 Uhr – Gespräche zur Bauökonomie» zum Thema «Wettbewerb, Gratisarbeit oder Akquisition». Wo dabei die Verantwortung des Planers liegt, wurde aber kaum thematisiert.

(sl) Architekten und Ingenieure erbringen immer häufiger gratis Vorleistungen, ohne die Gewissheit, dafür später auch eine Bezahlung zu erhalten. Anders regeln bekanntlich die Anwälte ihre Ansprüche. Sie sichern sich einen Teil ihres Honorars schon im Voraus. Sollen sich Planer ein Vorbild an den Anwälten nehmen oder ist eine kostenlose Vorleistung in gewissen Fällen im Sinne einer Akquisition angezeigt? Diese Fragen bildeten den Ausgangspunkt zur jüngsten Veranstaltung der Reihe «18.15 Uhr – Gespräche zur Bauökonomie» des SIA-Fachvereins für das Management im Bauwesen (FMB) vom 26. März 2012. Unter der Moderation von Michael Hauser, Stadtbaumeister von Winterthur, diskutierten im Zürcher Club «Härterei» Daniel Niggli, Mitinhaber des Architekturbüros EM2N, Martin Deuring, Mitinhaber des Ingenieurbüros Deuring + Oehninger AG, und für die Bauherrenseite Heinz Klausner, langjähriger Unternehmensleiter LIB-AG und Präsident der Genossenschaft Sunnige Hof. Das Thema, wann, ob und in welchem Ausmass gratis Vorleistungen angemessen sind,

besitzt höchste Aktualität: Denn die Frage, ab wann eine Leistung honorarpflichtig ist, ist den Beteiligten oft nicht bewusst, oder aber sie wird zu spät gestellt. Und obwohl die Bauwirtschaft boomt und vielerorts Fachkräftemangel herrscht, hält sich Honorardumping hartnäckig im Planungsalltag. Ein Grossteil des Diskussionspotenzials wurde dann aber leider durch die Ausweitung des Themas auf das Wettbewerbswesen vergeben: «Wettbewerb, Gratisarbeit oder Akquisition», so der Titel der Veranstaltung. Dadurch war im Lauf der Diskussion immer wieder unklar, ob nun die Entschädigung für Planerleistungen oder das Wettbewerbswesen im Zentrum des Gesprächs stehen sollte. Zumindest in Bezug auf Letzteres wurden im Lauf des Abends, wenn auch nicht überraschende, doch klare Meinungen geäussert: Der Wettbewerb sei nicht in erster Linie ein Mittel der Akquisition – «Akquirieren kann man auch auf dem Golfplatz», so Niggli.

### DER WETTBEWERB GIBT DIE FLUGHÖHE VOR

Der Wettbewerb sei ein Kulturgut; er ermögliche es, die für eine Aufgabe beste Lösung zu finden und gebe damit die «Flughöhe» vor, waren sich Niggli und Deuring einig. Zur Wahrung einer reinen Qualitätsdiskussion sprach sich Niggli zudem klar gegen eine Honorarkonkurrenz aus. Dass die Anfangsleistung beim Planungswettbewerb gratis erbracht wird und die Preissumme in keinem Verhältnis zu den Ausgaben steht, beurteilten

beide Planer erwartungsgemäss als Grundkonsens. Diesen knüpften sie allerdings entschieden an eine Bedingung: Wer den ersten Preis kriegt, muss auch den Zuschlag erhalten. «Früher musste man zehn Wettbewerbe machen, um einen zu gewinnen. Heute muss man zehn Wettbewerbe gewinnen, um einen auszuführen», brachte Deuring die derzeitige Malaise auf den Punkt. Handlungsbedarf sehen die beiden Planer daher weniger bei der Wettbewerbsentschädigung als bei der -vorbereitung.

### AUCH PLANER SIND UNTERNEHMER

Anders als im Wettbewerbswesen sieht die Fragestellung von gratis Vorleistungen bei einem privaten Projektierungsvorhaben aus. Hier unterschieden sich die Ansichten von Klausner und den beiden Planern deutlich. So stand für Klausner fest, dass der Bauherr das Risiko alleine zu tragen habe. Niggli und Deuring sprachen sich hingegen von Fall zu Fall dafür aus, sich als Planer ebenfalls am Risiko zu beteiligen – wohlverstanden unter der Bedingung einer Gewinnbeteiligung. Dies ermögliche dem Planer, schon bei der Projektentwicklung Einfluss zu nehmen – also dann, wenn die entscheidenden Weichen gestellt werden, begründete Niggli. «Wir befinden uns nicht im luftleeren Raum, sondern operieren auch mit Geld», machte der Architekt zu guter Letzt darauf aufmerksam, dass auch Planer Unternehmer sind.

Trotzdem, an unternehmerischem Denken herrscht in der Branche offensichtlich akuter Mangel: «Es gibt zu wenig Bauingenieure. Weshalb sind die Honorare also nicht höher?», stellte der Bauökonom Hans Jörg Fuhr in der abschliessenden offenen Runde die Frage, die während der ganzen Diskussion in der Luft gelegen hatte. Einig waren sich die Planer auf dem Podium zumindest darin, dass die Leistungs- und Honorarordnung des SIA ein ausgewogenes Mittel sei, um an angemessene Honorare zu gelangen. Dass diese trotz Fachkräftemangel nicht eingefordert werden, sei ein Problem des Berufsstands, erklärte Deuring nüchtern. Insofern mag sich ein Blick auf die Honorarpraxis der Anwälte durchaus lohnen, die sich so sehr gar nicht von derjenigen der Planer unterscheidet – ausser eben in der Umsetzung.