

Merkblatt

*für die Benützung von Empa-Prüfberichten zu
Werbezwecken sowie für die Veröffentlichung deren Inhaltes*

Prüfberichte der Empa können unter Umständen als wirksame Werbemittel eingesetzt werden. Angesichts der für die Unabhängigkeit und Neutralität der Empa unerlässlichen Bestimmungen müssen aber gewisse Spielregeln strikt eingehalten werden. Dies geschieht im Interesse der an der Werbung interessierten Auftraggeber selber, weil Übertretungen in der Regel das Ansehen der Empa und damit die angestrebte Werbewirkung schädigen. Wer einen Auftrag in der Absicht erteilt, den Prüfbericht zu Werbezwecken zu benützen, ist daher gut beraten, wenn er dem zuständigen Fachbereich der Empa diese Absicht bei der Auftragserteilung bekannt gibt. Damit kann er im Übrigen unangenehme Überraschungen vermeiden (beispielsweise die Erwähnung von Fabrikationsgeheimnissen im Berichtstext). Im Einzelnen beachte man die folgenden Punkte:

1. Bewilligungspflicht

Die Benützung von Empa-Prüfberichten zu Werbezwecken sowie die Veröffentlichung deren Inhaltes in schriftlicher oder anderer Form, der blosser Hinweis auf eine Untersuchung an der Empa eingeschlossen, ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Einwilligung der Empa statthaft (Art. 12 Abs. 2 lit. e der Verordnung des ETH-Rates über die Forschungsanstalten des ETH-Bereichs vom 13. November 2003, SR 414.161). Bei Ablehnung eines Gesuches ist die Empa zu keiner Begründung verpflichtet. Bewilligungen werden in der Regel nur für Berichte erteilt, die nicht älter als zwei bis drei Jahre sind.

2. Vollständigkeit des unterbreiteten Textes

Werbetexte sind der Stelle **Marketing** an der Empa in vollem Wortlaut und mit sämtlichen Illustrationen zu unterbreiten. Dies geschieht in der Regel durch Einreichen des Manuskriptes, bei gedruckten Texten zusätzlich durch Vorlage eines Probeabzuges.

3. Erwähnung des Prüfberichtes

Jede Erwähnung einer Empa-Prüfung hat die Nummer und das Datum des betreffenden Empa-Prüfberichtes zu enthalten (z.B.: "Siehe Empa-Prüfbericht Nr. 192'311 vom 15. Februar 2005").

4. Erwähnung der geprüften Eigenschaften

Jeder zu Werbezwecken dienende Hinweis auf einen Empa-Prüfbericht hat ausdrücklich und vollständig die von der Empa geprüften Eigenschaften des fraglichen Produktes anzugeben.

5. Vollständigkeit von Zitaten

Auszüge aus einem Empa-Prüfbericht haben in vollem Wortlaut und mit originalgetreuer Wiedergabe allfälliger Illustrationen und Erläuterungen zu erfolgen.

6. Sinntreue

Hinweise, Auszüge und Folgerungen dürfen nicht in irreführender Weise in den Text eingeschoben oder diesem beigefügt werden. Insbesondere darf nicht der Eindruck entstehen,

- die Empa habe eine repräsentative Anzahl Objekte geprüft, wenn in Wirklichkeit nur eines oder wenige Objekte geprüft wurden,
- die Empa führe eine laufende Kontrolle eines (in Wirklichkeit nur in wenigen Mustern geprüften) Produktes durch,
- sie habe weitere (in Wirklichkeit nicht geprüfte) Eigenschaften geprüft, oder
- sie habe werbetechnisch orientierte (in Wirklichkeit vom Auftraggeber formulierte) Schlussfolgerungen gezogen.

7. Verpflichtung zur Offenlegung

Mit der Erwähnung eines Empa-Prüfberichtes übernimmt der Auftraggeber die Verpflichtung, die gesamten Ergebnisse des betreffenden Berichtes jedem Interessenten in vollem Wortlaut, mit sämtlichen Illustrationen und allfälligen Erläuterungen zur Einsicht zu überlassen. Er entbindet gleichzeitig die Empa von ihrer Geheimhaltungspflicht bezüglich dieser Ergebnisse, nicht aber bezüglich Fabrikations- und Geschäftsgeheimnissen (z.B. Rezepturen oder Fabrikationsmethoden).

8. Zeitliche Limitierung

Die Empa behält sich vor, eine zeitliche Limitierung der Genehmigung (in der Regel zwei Jahre) für die Benützung oder Veröffentlichung im Sinn dieses Merkblattes festzulegen. Auch hier ist sie zu keiner Begründung verpflichtet.

9. Gebühr

Für die Erteilung der Werbebewilligung wird eine Gebühr erhoben.

10. Folgen von Verstössen

Bei Verstössen gegen die Vorschriften dieses Merkblattes behält sich die Empa alle weiteren Massnahmen unter Einschluss korrigierter Gegendarstellung (zuhanden falsch informierter Interessenten) sowie des gerichtlichen Vorgehens vor.