

SLK-Kammerpräsident

1993-2018 Präsident Zweite Kammer Schweizerische Lauterkeitskommission,
SLK-Gesamtpräsidien: Nationalrätinnen Doris Leuthard, Pascal
Bruderer, Christine Bulliard-Marbach www.faire-werbung.ch

Stiftung
der Schweizer Werbewirtschaft für die Lauterkeit in der Werbung
Fondation
de la Publicité Suisse pour la Loyauté en Matière de Publicité.

Herr
Dr. jur. A. Brunner
Bezirksgericht Zürich
Fliederstr. 22

8006 **Zürich**

Zürich, 20. August 1992/HOM-bu

Ersatzwahl
in die Schweizerische Kommission
für die Lauterkeit in der Werbung

Sehr geehrter Herr Dr. Brunner

Wir freuen uns, Ihnen mitzuteilen, dass der Stiftungsrat der Stiftung der Schweizer Werbewirtschaft für die Lauterkeit in der Werbung Sie mit Wirkung ab 1. Oktober 1992 anstelle von Frau Dr. R. Levi für die laufende Amtsdauer bis Frühjahr 1994 als Vertreter der Konsumenten zum Mitglied der Schweizerischen Kommission für die Lauterkeit in der Werbung gewählt hat. Über Ihre Kammerzuteilung wird die Lauterkeitskommission in der Plenarsitzung vom 19. November 1992 in Bern, zu der Sie vorsorglich bereits heute eingeladen werden, befinden.

Als Beilage übermitteln wir Ihnen zu Ihrer persönlichen Dokumentation folgende Broschüren und Unterlagen unserer Kommission:

- Grundsätze
- Internationale Richtlinien für die Werbepaxis
- Geschäftsreglement
- Tätigkeitsbericht 1991
- Beschwerdeformular

- Vergleichende Werbung (Schrift Nr. 1)
- Die Werbeaussage und ihre Rechtsfolgen (Schrift Nr. 2)
- Persönlichkeitsschutz (Schrift Nr. 3)
- Ausstattungsschutz Schrift Nr. 4)

- Sitzungskalender
- Kopie des Protokolls der letzten Plenarsitzung..

Ferner erhalten erhalten Sie im Doppel:

- die Verschwiegenheitserklärung und
- das Formular für Ihre Spesenabrechnung

mit der Bitte, uns je 1 Exemplar dieser beiden Dokumente, ausgefüllt und unterzeichnet, zurückzusenden.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen der Unterzeichnete jederzeit zur Verfügung. Wir sehen einer erspriesslichen Zusammenarbeit entgegen und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Stiftung der Schweizer
Werbewirtschaft für die
Lauterkeit in der Werbung

Der Geschäftsführer:



Dr. H.O. Marti

Kopie z.K.:

- Stiftung für Konsumentenschutz
Herr R. Seiler

SKS
FPC



Stiftung für Konsumentenschutz

Fondation pour la protection des consommateurs

SKS-Test

Zeitschrift für
bewusstes Konsumieren

Monbijoustrasse 61
3007 Bern

Postcheck 30-24251-3
Tel. 031 45 34 44

Herr
Dr. A. Brunner
Fliederstr. 22
8006 ZUERICH

Bern, den 30.1.93

Sehr geehrter Herr Dr. Brunner,

ab dem 1. Januar 1993 bin ich offiziell die neue
Geschäftsleiterin der SKS.

Wie ich aus Protokollen entnehme, vertreten Sie
die SKS in der Schweiz-Kommission für die Lauter-
keit in der Werbung.

Ich freue mich auf eine gute Zusammenarbeit und

grüsse Sie freundlich

Simonetta Sommaruga
Geschäftsleiterin

Handelsgericht des Kantons Zürich



Oberrichter Prof. Dr. iur. Alexander Brunner
Hirschengraben 15, 8001 Zürich
Briefpost: Pf 2401, 8021 Zürich
Telefon 0041 (0)44 257 92 82
Fax 0041 (0)44 257 94 79
alexander.brunner@gerichte-zh.ch

info@lauterkeit.ch
**Stiftung der Schweizer Werbung für
die Lauterkeit in der kommerziellen
Kommunikation**
Kappelergasse 14
Postfach
8022 Zürich

SLK-Rücktritt

Zürich, 14. Dezember 2017

25 Jahre SLK-Mitarbeit - Rücktritt

Sehr geehrter Herr Präsident, sehr geehrter Herr Ständerat
Sehr geehrte Sekretärin, liebe Ursula
Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne bestätige ich hiermit noch formell meinen an der letzten Sitzung der SLK vom **8. November 2017** in Bern angekündigten Rücktritt aus der SLK per 31. Mai 2018, dies nach 25 Jahren Mitarbeit - mit erster Sitzung vom **19. November 1992** ebenfalls in Bern (vgl. Beilage: Ersatzwahl und Einladung zur ersten Sitzung).

Die vom Obergericht des Kantons Zürich mit Entscheid vom 3. Juli 1992 bewilligte Mitarbeit in der SLK bedeutete für beide Seiten einen grossen Gewinn und vor allem Synergien in der Beurteilung der vielfältigen Fragen des Lauterkeitsrechts im Rahmen der kommerziellen Kommunikation.

Die letzten 25 Jahre waren daher ohne Ausnahme sehr anregend und für die Weiterentwicklung der Rechtsprechung der Gerichte und der aussergerichtlichen Praxis im Lauterkeitsrecht befruchtend. Ein herzlicher Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen während dieser anregenden Arbeit. Weiterhin viel Erfolg !

Mit besten Grüssen



Al. Brunner

cc:
SLK-Präsidentin und SLK Vizepräsident
SLK-Sekretariat

Aus: **Monitor** - Newsletter für die kommerzielle Kommunikation Nr. 10 / Dezember 2001

Hintergrund

SW Workshop «Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation»

Ein europäisches Vorbild

Seit 35 Jahren bemüht sich die Schweizerische Lauterkeitskommission um Lauterkeit der kommerziellen Kommunikation. Und in ihrer Form ist sie sogar ein europäisches Vorbild. Anlässlich eines Workshops erläuterten Kommissionsmitglieder Aufgaben und Rechtsgrundlagen.

Die Arbeit der 1966 von der Schweizer Werbung ins Leben gerufenen Lauterkeitskommission (LK) ist mit der eines Gerichtes vergleichbar. Und deren Präsidentin, **Doris Leuthard**, ist Juristin. Die Nationalrätin aus dem Kanton Aargau eröffnete den Workshop mit grundlegenden Ausführungen über Zweck und Struktur der Kommission. Diese sei, meinte die Anwältin nicht ohne Stolz, ein europäisches Vorbild, weil sie im Gegensatz zu ähnlichen Institutionen in anderen Ländern bei ihrer Arbeit nicht bloss Branchenrichtlinien, sondern Gesetze des Privat- und des öffentlichen Rechts als Massstab ansetzt. Die LK ist demnach nicht ein Selbstregulierungs-, sondern ein Selbstkontrollorgan.

Der Durchschnittskonsument
Die Lauterkeitskommission ist ein Gremium, an welchem Vertreter der Werbung, der Medien und der Konsumenten partizipieren. Letztere sind es denn auch, die sich in der Regel von unlauterer Werbung betroffen fühlen und auch die Möglichkeit haben, unentgeltlich Beschwerde bei der LK zu erheben. **Alexander Brunner**, Oberrichter und Vorsitzender



Die Referenten und die Präsidentin der Lauterkeitskommission: Dr. Guido Sutter, Dr. Alexander Brunner, NR Doris Leuthard, Dr. Mischa C. Senn und Dr. Marc Schwenninger (v.l.).

der zweiten Kammer der LK, ging auf das Leitbild des Konsumenten ein. Immer wieder taucht bei der Beurteilung von Beschwerden aus der Bevölkerung die Frage auf: «Wie kommt die kritisierte Werbung beim Durchschnittskäufer an, wie beurteilt er die strittige Anzeige oder das Mailing?» Brunner erläuterte diesen Fragenkomplex anhand des normativen Prinzips: Der so genannte Durchschnittskäufer ist erstens durchschnittlich informiert und aufgeklärt, er nimmt zweitens die Information mit konzentrierter Aufmerksamkeit wahr und stellt sie drittens in einen vernünftigen Zusammenhang. Erst wenn ein dermassen definierter Konsument als Massstab herbeigezogen wird, kann eine Beschwerde auch wirklich beurteilt werden.

E-Mails: reine Belästigung

Seit kurzem spielen im Lauterkeitsrecht zunehmend E-Mails

eine Rolle: Immer häufiger hat sich der Internetnutzer mit Botschaften zu beschäftigen, die seinen Computer förmlich überschwemmen. **Mischa C. Senn**, Prorektor der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Zürich und Fachexperte der LK, zeigte, wie

ungeliebt solche elektronische Mailings sind (vergl. Kästchen). Angesichts der Zunahme dieser Mails ist auch bei der LK mit einer Flut von Klagen zu rechnen.

Den Abschluss der Tagung bildete die Behandlung der grenzüberschreitenden unlauteren Werbung. **Guido Sutter**, Leiter Recht des Staatssekretariates für Wirtschaft, *seco*, erklärte, wann und von wem eine beanstandete Kampagne, die in einem Land konzipiert, aber in einem anderen Land zum Einsatz kommt, rechtlich behandelt wird. Die Schweiz hält sich da beispielsweise an das Auswirkungsprinzip. Ein Umstand, der zu erheblichen Diskussionen und aufgrund der zunehmenden Fälle im grenzüberschreitenden Kontext auch zu mehr Arbeitsbelastung der drei Kammern der LK führt.

Piero Schäfer, Text und Foto

E-Mail-Werbung in Deutschland

Wie die Pest

shr. Der Verband der deutschen Internet-Wirtschaft hat eine Untersuchung durchgeführt und dabei festgestellt, dass per E-Mail kommunizierte Werbung bei den Empfängern alles andere als gut ankommt: Nicht weniger als 93% der Befragten gaben an, sich von E-Mail-Werbung extrem belästigt zu fühlen. «Wie von der Pest überfallen» ist eines der wenig schmeichelhaften Attribute, mit welchen die Befragten die Kommunikation per Elektronik versahen. Bei dermassen kleiner Akzeptanz ist es denn auch nicht weiter verwunderlich, dass 77% erklärten, die unerbetene Werbemitteilung ungelesen zu löschen. Und was noch kontraproduktiver für den Versender der Botschaft ist: Über zwei Drittel meinten, in Zukunft auf keinen Fall Produkte der Absender einkaufen zu wollen. Angesichts dieses vernichtenden Ergebnisses hat der Verband der deutschen Internet-Wirtschaft neue Richtlinien für das Online-Direktmarketing angekündigt.



Schweizerische Lauterkeitskommission
Lauterkeit in der kommerziellen
Kommunikation Commission Suisse pour la Loyaute
Loyaute dans la communication commerciale

Portrait der SLK 2009/2010

Auszug aus 'Ein Portrait'
Schweizer Werbung SW 2009

Schnappschuss anlässlich der Vorstellung des Portraits SLK 2009/2010
durch die Stiftung Schweizer Werbung SW und die Schweizerische
Lauterkeitskommission in der kommerziellen Kommunikation



Alexander Brunner
Kammerpräsident SLK II

Jost Witz
Vorstand SW

Carlo Schmid-Sutter
Präsident SW, Ständerat

Anlass Schweizer Werbung 2010

3. Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation

Werbliche Selbstkontrolle

Als wirtschaftspolitisches Sprachrohr wird die Schweizer Werbung nur ernst genommen, wenn sie sich selbst um Lauterkeit in der Werbung bemüht. Sie tut dies mit der paritätisch zusammengesetzten (Werber, Konsumenten, Medien) Schweizerischen Lauterkeitskommission. Sie ist das ausführende Organ der Stiftung der Schweizer Werbung für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation.

Die Kommission stützt sich bei ihrer Arbeit auf die Richtlinien der Internationalen Handelskammer sowie ihre Grundsätze, welche die nationalen Gesetze und die Rechtsprechung spezifisch berücksichtigen.

Im Durchschnitt wird in der Schweiz jeden zweiten Tag eine Beschwerde deponiert. Ein erheblicher, aber abnehmender Teil wird gegen kommunikative Massnahmen des Direktmarketings eingereicht.

Die Lauterkeitskommission behandelt die Beschwerden von Konsumenten unentgeltlich. Konkurrenzbeschwerden sind kostenpflichtig.

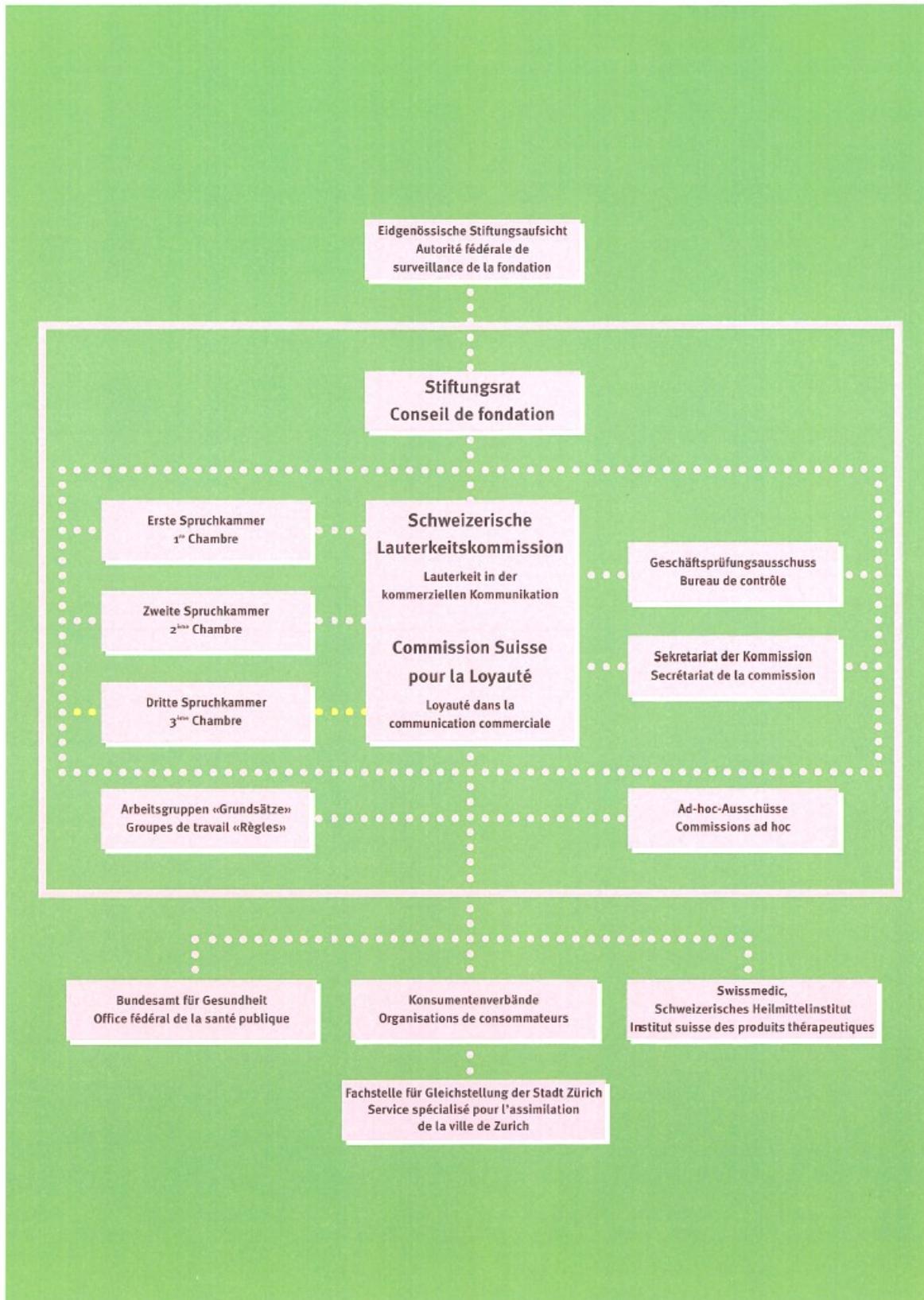
Die SW ist Gründerin und Hauptträgerin der Stiftung. Jährlich investiert sie über 70 000 Franken in die von insgesamt 12 Organisationen getragene Stiftung.

Über die Arbeit der Lauterkeitskommission wird in einem jährlich erscheinenden Protokoll rapportiert. Dieser Tätigkeitsbericht wird an Interessenten abgegeben und kann vom Internet heruntergeladen werden. www.faire-werbung.ch

Richtlinien und neue Vereinbarungen

Die Arbeit der Lauterkeitskommission besteht allerdings nicht bloss in der Beurteilung von Beschwerden, die an sie gerichtet werden, sie erlässt regelmässig auch neue Normen, welche dem Gedanken der Lauterkeit dienen sollen. So hat sie unter anderem Richtlinien über Tests verfasst und ein Flugblatt mit Vorschriften im Zusammenhang mit dem Missbrauch von Postfächern erlassen. Ebenfalls neu sind Vereinbarungen mit den Anbietern von privaten Fernsehstationen sowie eine revidierte Vereinbarung mit der Tabak- und der Alkoholindustrie, welche eine verantwortungsvolle Vermarktung regelt.

Unterstützt wird die Lauterkeitskommission, welche sich auf Januar 2009 ein neues Erscheinungsbild gegeben hat, unter anderem von der Förderungsgesellschaft für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation, FLK. Ihr gehören rund 60 Mitglieder (Firmen und Agenturen) an. Die FLK ist bestrebt, finanzielle Mittel in der Wirtschaft zu generieren.



www.faire-werbung.ch

Unter dem Präsidium von alt Ständerat Carlo Schmid-Sutter gehören folgende Verbände und Organisationen zur Stiftung:

- Schweizer Werbung, SW, Zürich
- Allianz Schweizer Werbeagenturen, ASW, Wallisellen
- AWS, Aussenwerbung Schweiz, Bern
- bsw leading swiss agencies, Zürich
- Fédération romande de publicité et de communication, FRP, Lausanne
- Förderungsgesellschaft für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation, FLK, Zürich
- Publisuisse SA, Bern
- Schweizer Direktmarketing Verband, SDV, Frauenfeld
- Schweizer Werbe-Auftraggeberverband, SWA/ASA, Zürich
- Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation, SAWI, Biel
- Verband Schweizer Presse, Zürich
- Verband Schweizerischer Werbegesellschaften, VSW/ASSP, Lausanne

Neutrale

Präsidentin

Pascale Bruderer, Nationalrätin, Politologin, Nussbaumen

Vizepräsident

Prof. Dr. Mischa Charles Senn, ZHdK, Zürich

Sekretär

Dr. Marc Schwenninger, Rechtsanwalt, Anwaltskanzlei, Dübendorf

Presse & PR

Dr. Piero Schäfer, Piero Schäfer & Partner, Zürich

Stellvertr. Sekretär

Dr. Piero Schäfer, Piero Schäfer & Partner, Zürich

Sekretariat

Bernadette Viviani

Mitglieder

Konsumenten

- Michèle Burnier, FRC, Genève
- Dr. Alexander Brunner, SKS, Zürich
- Pia Grossholz, kf, Muri

Werbung

Auftraggeber

Rudolf Zbinden, Ricoh Schweiz AG, Renens

Berater

Walter Merz, bsw, Zürich

Medienanbieter

Urs Donatsch, Publicitas, Lausanne

Medienschaffende, PR-Fachleute

- Dr. Thomas Gubler, BaZ, Basel
- Angela Kreis, PR-Agentur, Bern
- Ueli Custer, Journalist BR, Lommiswil

Experten

Fachexperten

- Fürspr. Reto Brand, BJ, Bern
- Dore Heim, Fachstelle für Gleichstellung der Stadt Zürich, Zürich
- Bianca Maier, IGE, Bern
- Elisabeth Nellen-Regli, BAG, Bern
- Toby E. Rodes, TERAG, Basel
- Dr. Alain P. Röthlisberger, GE Money Bank, Zürich
- Dr. Guido Sutter, SECO, Bern
- Urs Wolfensberger, WEMF, Zürich

Medienexperten

- Othmar Casutt, AWS, Bern
- Aled Brooks Evans, SDV, Zürich
- Dr. Martin Freiburghaus, Radio BE1, Bern
- Lic. iur. Catherine Mueller, Schweizer Presse, Zürich
- Othmar Stadelmann, publisuisse SA, Bern

Adressen der Schweizer Werbung SW

SW-Geschäftsleitung

Monika Luck, Kappelergasse 14,
PF 3021, 8022 Zürich,
Tel. 044 211 40 11, Fax 044 211 80 18,
0900 211 001 (Fr. 1.–/Min.)
E-Mail: info@sw-ps.ch, www.sw-ps.ch

SW-Rechtskonsulent

Dr. Marc Schwenninger, Kappelergasse 14,
PF 3021, 8022 Zürich,
Tel. 044 211 40 11, Fax 044 211 80 18,
E-Mail: schwenninger@sw-ps.ch

SW-Kommunikation

Dr. Piero Schäfer,
Piero Schäfer & Partner,
Freiestrasse 76, PF 1170, 8032 Zürich,
Tel. 044 267 66 55, Fax 044 267 66 56,
E-Mail: schaefer@pieroschaefer.ch,
www.sw-ps.ch

SW-Koordination für Weiterbildung

Heinz Egli,
Heinz Egli Kommunikationsberatung GmbH,
Turnerstrasse 30, 8006 Zürich,
Tel. 044 350 10 50, Fax 044 350 10 56,
E-Mail: egli.kom@email.ch

SW-Werbeproofungen

Prüfungskommission der Schweizer Werbung
Präsident: Urs Schneider
Prüfungssekretariat für PMK und KL:
Claudia Facchinetti
Kappelergasse 14, PF 3021, 8022 Zürich,
Tel. 044 211 23 24, Fax 044 211 80 18,
0900 211 001 (Fr. 1.–/Min.)
E-Mail: info@werbeproofungen.ch,
www.sw-ps.ch

Schweizerische Lauterkeitskommission

Präsidentin: NR Pascale Bruderer
Sekretär: Dr. Marc Schwenninger
Kappelergasse 14, PF 2744, 8022 Zürich,
Tel. 044 211 79 22, Fax 044 211 80 18,
0900 211 001 (Fr. 1.–/Min.)
E-Mail: info@lauterkeit.ch, www.lauterkeit.ch

Stiftung der Schweizer Werbung für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation

Präsident: Carlo Schmid-Sutter
Sekretariat: Monika Luck
Kappelergasse 14, PF 3021, 8022 Zürich,
Tel. 044 211 40 11, Fax 044 211 80 18,
E-Mail: info@sw-ps.ch, www.lauterkeit.ch

Förderungsgesellschaft für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation FLK

Präsident: Christian Merk
Sekretariat: Monika Luck
Kappelergasse 14, 8022 Zürich,
Tel. 044 211 40 11, Fax 044 211 80 18,
E-Mail: info@flk.ch

Stiftung Werbestatistik Schweiz

Rechtssitz c/o Schweizer Werbung SW,
Kappelergasse 14, PF 3021, 8022 Zürich,
Tel. 044 211 40 11, Fax 044 211 80 18,
E-Mail: info@sw-ps.ch

Impressum

Herausgeberin: Schweizer Werbung SW/PS
Text: Dr. Piero Schäfer, Zürich
Gestaltung: Lesch+Frei Werbeagentur AG, BSW, Zürich
Fotos: Stephan Knecht, Zürich,
Druck: IVO DRUCK AG, Buchs
Papier: XXXXXXXXXXXX
Die SW dankt den Sponsoren:
Biber Allegro von Biber Papier, Inapa Schweiz AG,
sowie Ivo Druck AG, Buchs
10. Auflage Februar 2009

50 Jahre Schweizerische Lauterkeitskommission SLK

Tagung am Europa Institut
an der Universität Zürich



RECHT BERATUNG WEITERBILDUNG

Seminar

Aktuelle Entwicklungen im Wirtschafts-
und Konsumrecht

50 Jahre Schweizerische Lauterkeits-
kommission – die Werbepraxis auf
dem Prüfstand

Dienstag, 29. November 2016
13.30 – 17.30 Uhr
Zentrum für Weiterbildung Zürich
Leitung: Prof. Dr. Alexander Brunner



Programm

- | | |
|-------------------|--|
| 13.30 – 13.35 Uhr | Begrüssung und Eröffnung
<i>Alexander Brunner</i> |
| 13.35 – 14.00 Uhr | Verfahren und Anwendungsregeln der SLK
<i>Mischa Senn</i> |
| 14.00 – 14.30 Uhr | SLK-Grundsätze (inkl. ICC) und UWG
<i>Guido Sutter</i> |
| 14.30 – 15.00 Uhr | Fälle Teil 1 – Vergleichende Werbung,
Irreführung und Herabsetzung
<i>Marc Schwenninger</i> |
| 15.00 – 15.30 Uhr | Fälle Teil 2 – Persönlichkeitsrecht und Diskriminierung
<i>Alexander Brunner</i> |
| 15.30 – 16.00 Uhr | Kaffeepause |
| 16.00 – 16.30 Uhr | Das Postulat der Selbstregulierung und die SLK
<i>Christine Bulliard-Marbach</i> |
| 16.30 – 17.30 Uhr | Paneldiskussion SLK-Praxis und Zivilgerichtsbarkeit
<i>Anja Derungs, Peter Leutenegger</i>
<i>Diskussionsleitung: Thomas Meier</i> |
| 17.30 – 18.00 Uhr | Apéro |

Wirtschafts- und Konsumrecht

50 Jahre Schweizerische Lauterkeitskommission – die Werbepaxis auf dem Prüfstand

Kommerzielle Kommunikation B2B und B2C in der Praxis der Lauterkeitskommission – ihr Beitrag zum Schweizer Werberecht

Das Wettbewerbsrecht ist ein entscheidender Faktor bei der Entwicklung des Wirtschafts- und Konsumrechts, wobei stets der Fokus sowohl auf das Handelsrecht als auch auf das Konsumrecht zu richten ist. Während im Kartellrecht eine staatliche Wettbewerbskommission (WEKO) eingesetzt worden ist, übernimmt die private Lauterkeitskommission (SLK) die entsprechende Funktion in weiten Teilen des Werberechts. Wie hat sich ihre Praxis in den nunmehr 50 Jahren ihres Bestehens entwickelt? Mitglieder und Experten der Schweizerischen Lauterkeitskommission zeichnen diese Entwicklung nach und zeigen auf, dass ihre Praxis ein entscheidender Beitrag für die Auslegung des Werberechts geworden ist, der auch in der Rechtsprechung der Handels- und Zivilgerichte Berücksichtigung findet.

Referierende

- > Prof. Dr. Alexander Brunner, CEDR Accredited Mediator (London), Titularprofessor für Handels- und Konsumrecht sowie Verfahrensrecht an der Universität St. Gallen, Oberrichter am Handelsgericht des Kantons Zürich, nebenamtlicher Bundesrichter (Lausanne)
- > Christine Bulliard-Marbach, Nationalrätin (FR), Gemeindepräsidentin Ueberstorf, Präsidentin der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich
- > Anja Derungs, Leiterin der Fachstelle für Gleichstellung der Stadt Zürich, Fachexpertin der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich
- > Peter Leutenegger, Betriebsökonom HWV, Handelsrichter am Handelsgericht des Kantons Zürich, Fachexperte der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich
- > Thomas Meier, Inhaber, Meier: Kommunikation AG, Zürich, Kommunikationsbeauftragter der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich
- > Dr. Marc Schwenninger, Rechtsanwalt, LL.M., Inhaber Anwaltskanzlei Schwenninger, Juristischer Sekretär der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich
- > Prof. Dr. Mischa Senn, Leiter Zentrum für Kulturrecht, ZHdK, Handelsrichter am Handelsgericht des Kantons Zürich, Vizepräsident der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich
- > Dr. Guido Sutter, Leiter Ressort Recht, Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO), Fachexperte der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich

50 Jahre SLK - Jubiläum 2016

Die SLK-Präsidentinnen:



Nationalrätin Doris Leuthard
Präsidentin SLK 2000-2006



Nationalrätin Pascal Bruderer
Präsidentin SLK 2006-2010



Nationalrätin Christine Buillard
Präsidentin SLK 2010-