

CHECKLISTE ZUR PRÜFUNG VON WERBESLOGANS

Nr.	Prüffrage	(Ja/Nein/Notiz)
1	Produkt/Dienstleistung: Worum geht es konkret (Art, Branche)?	
2	Medium/Kontext: TV, Social Media, Website, Plakat, Prospekt, Teleshopping, Influencer etc.?	
3	Gibt es Spezialrecht, das typischerweise greift (z. B. Lebensmittel/NEM, Arzneimittel, Finanzprodukt, Umweltclaim, Preiswerbung)?	

A. WERBEAUSSAGE & GESTALTUNG

Nr.	Prüffrage	(Ja/Nein/Notiz)
4	Exakter Wortlaut des Slogans (inkl. Zusätzen wie „garantiert“, „ohne Risiko“, „gratis“)?	
5	Gibt es Blickfang-Elemente (große Schrift, Farbe, Bild, Platzierung)?	
6	Gibt es Sternchenhinweise/Kleingedrucktes, das die Aussage einschränkt?	
7	Handelt es sich überwiegend um eine Tatsachenbehauptung (prüfbar) oder eher um eine wertende Anpreisung?	

B. VERKEHRSERWARTUNG (VERSTÄNDIGER DURCHSCHNITTVERBRAUCHER)

Nr.	Prüffrage	(Ja/Nein/Notiz)
8	Wer ist die Zielgruppe (Allgemeinheit, Kinder, Kranke, Fachkreise)?	
9	Welche konkrete Erwartung weckt der Slogan bei dieser Zielgruppe (1–2 Sätze formulieren)?	
10	Erwartet der Verbraucher einen gesicherten Erfolg (z. B. Heilung, Abnahme, Rendite, Klassenbester)?	
11	Erwartet der Verbraucher einen besonderen Preisvorteil („bis zu“, „gratis“, „Nr. 1“, „günstigster“)?	
12	Erwartet der Verbraucher bestimmte Umwelt- oder Herkunftseigenschaften („klimaneutral“, „Made in ...“)?	

C. TATSACHEN-CHECK

Nr.	Prüffrage	(Ja/Nein/Notiz)
13	Ist das Versprechen objektiv zutreffend nachweisbar (Daten, Studien, Preise, Zertifikate)?	
14	Gibt es belastbare Belege für behauptete Wirkungen („wissenschaftlich bewiesen“, „klinisch getestet“)?	
15	Handelt es sich um typische/regelmäßige Effekte oder nur Ausnahmen/Einzelfälle?	
16	Werden wichtige Einschränkungen, Risiken, Nebenbedingungen verschwiegen (Laufzeit, Drosselung, Nebenwirkungen, Mindestabnahme)?	
17	Ist die Preis-/Rabattdarstellung korrekt (tatsächliche Rabatthöhe, echte UVP, „gratis“ ohne versteckte Kosten)?	

D. RECHTSRAHMEN: MÖGLICHE NORMBEREICHE

Nr.	Prüffrage	(Ja/Nein/Notiz)
18	Liegt eine Täuschung über Eigenschaften, Wirkung, Erfolgchancen, Risiken oder Umfang der Leistung vor (UWG/Irreführung)?	
19	Wird über Preis, Preisvorteil, „gratis“, „bis zu“-Rabatte oder UVP täuschend informiert (UWG, PAngV)?	
20	Bei Lebensmitteln/NEM: Wird gegen Health-Claims-Vorgaben verstoßen (nicht zugelassene Claims, krankheitsbezogene Aussagen)?	
21	Bei Arzneimitteln/Medizinprodukten: Übertreibende Heilsversprechen oder Verschweigen von Risiken (Heilmittelwerberecht)?	
22	Bei Umweltwerbung: Sind Begriffe wie „klimaneutral“, „CO ² -frei“, „umweltfreundlich“ unkonkret oder unbelegt (Greenwashing)?	
23	Bei Finanzprodukten: Wird über Risiken („ohne Risiko“, „garantierte Rendite“) oder Garantien getäuscht?	

E. SPÜRBARKEIT / RELEVANZ

Nr.	Prüffrage	(Ja/Nein/Notiz)
24	Ist der Slogan geeignet, die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers maßgeblich zu beeinflussen (Kauf, Vertragsabschluss)?	
25	Handelt es sich eher um harmlose Anpreisung oder um eine klare, tatsachenbezogene Falschangabe?	
26	Besteht ein besonderes Gefährdungspotential (Gesundheit, erhebliches Vermögensrisiko)?	

F. ERGEBNIS & OPTIMIERUNG

Nr.	Prüffrage	(Ja/Nein/Notiz)
27	Kurzurteil: Slogan zulässig / unzulässig / grenzwertig? (1–2 Sätze Begründung)	
28	Welche Norm(en) sind nach deiner Einschätzung verletzt (Stichworte genügen)?	
29	Wie könnte der Slogan rechtssicherer formuliert werden (konkrete Alternativformulierung)?	