



Werbeagentur-Lauf.de
Design · Websites & Webhosting



Copy-Shop-Lauf.de
Kopieren · Drucken & Binden

EmpCo-Prüfraster: die 11 häufigsten Beanstandungen

Branchenübergreifende Checkliste für Website-, Verpackungs- und Kampagnentexte · Stand: September 2026

Stichtag 27. September 2026. Das Dritte UWG-Änderungsgesetz (BGBl. 2026 I Nr. 43) setzt die Richtlinie (EU) 2024/825 um. Für bestehende Inhalte gibt es keine Übergangsfrist. Das UWG gilt branchenneutral, ohne Bagatellgrenze für kleine Betriebe. Hauptrisiko in der Praxis ist die Abmahnung durch Mitbewerber und Wettbewerbsverbände; der viel zitierte Bußgeldrahmen von 4 % des Jahresumsatzes ist ein Sonderfall für großflächige Verbraucherrechtsverstöße.

Nr.	Fallgruppe und typische Formulierungen	Warum kritisch	Risiko	Konforme Alternative
1	Pauschale Umwelt-Adjektive „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „ressourcenschonend“, „nachhaltig“, „grün“, „öko“, „naturnah“, „klimafreundlich“, „bewusst produziert“	Vage Umweltaussage ohne Beleg. Zulässig nur bei nachgewiesener anerkannt hervorragender Umweltleistung oder wenn die Aussage im selben Medium klar und hervorgehoben präzisiert wird.	Hoch	Konkrete Einzelmaßnahme mit Zahl und Zeitraum, z. B. „Strom zu 100 % aus eigener PV-Anlage, Stand 2025“.
2	Klimaaussagen auf Kompensationsbasis „klimaneutral“, „CO ₂ -neutral“, „klimapositiv“, „CO ₂ -kompensiert“, „wir gleichen aus“	Per-se-Verbot, wenn die Neutralität auf Kompensation beruht. Schwarze Liste (Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG). Vorgeschichte: BGH I ZR 98/23.	Hoch	Belegte tatsächliche Emissionsminderung im eigenen Betrieb oder in der Lieferkette. Klimaschutzprojekte getrennt und ohne Produktbezug darstellen.
3	Vage Zukunftsversprechen „bis 2030 klimaneutral“, „auf dem Weg zu Netto-Null“, „wir werden nachhaltig“	Umweltbezogene Zukunftsziele ohne überprüfbaren Plan und externe Prüfung sind per se unzulässig.	Hoch	Ziel plus Maßnahmenplan, Ressourcen, Zwischenziele und externe Verifizierung, im selben Medium verlinkt.
4	Eigene Siegel und Öko-Grafiken selbstgestaltete Siegel, grüne Blätter-Icons, „geprüfte Nachhaltigkeit“, „Qualität aus Verantwortung“	Zulässig sind nur Siegel mit dahinterstehendem Zertifizierungssystem oder staatlicher Festsetzung. Betrifft auch Grafiken in PDFs, Alt-Texten und Meta-Daten.	Hoch	Anerkanntes Drittsiegel mit Prüfstelle, Prüfumfang, Gültigkeit und Nachweis-Link. Sonst Siegel entfernen.
5	Selbstverständlichkeiten als Vorteil „FCKW-frei“, „phosphatfrei“, „ohne Mikroplastik“, „tierversuchsfrei“ (Kosmetik EU), „bleifrei“	Werbung mit Eigenschaften, die ohnehin gesetzlich vorgeschrieben sind, gilt als unzulässiges Alleinstellungsmerkmal.	Hoch	Streichen oder als neutrale Produktinformation ohne Vorteilsbehauptung führen.
6	Teil-Aussage aufs Ganze gemünzt „aus Recyclingmaterial“ (nur Karton), „plastikfrei“ (nur Umverpackung), „100 % Recyclingpapier“ (nur ein Bauteil)	Irreführung über das Bezugsobjekt der Umweltaussage (§ 5 UWG).	Hoch	Bezug klar benennen und Anteil in Prozent angeben, z. B. „Versandkarton aus 90 % Altpapier“.
7	Haltbarkeit und Reparierbarkeit „unzerbrechlich“, „unkaputtbar“, „hält ein Leben lang“, „für die Ewigkeit“, Verschweigen von Update-Ende oder Verbrauchsmaterial-Bindung	Neue Fallgruppe der schwarzen Liste: Aussagen zu Langlebigkeit und Reparierbarkeit sowie das Verschweigen einschränkender Merkmale.	Hoch	Relativieren und belegen: „besonders bruchfest“ mit Prüfnorm oder Messwert. Einschränkungen aktiv nennen.
8	Absolute Verträglichkeits- und Gesundheitsaussagen „allergiefrei“, „schadstofffrei“, „giftfrei“, „chemiefrei“, „100 % verträglich“, „rein natürlich“	Nicht haltbare Absolutaussage. Greift über § 5 UWG, bei Gesundheitsbezug zusätzlich HWG. Abmahnpraxis häufiger als beim reinen Green Claim.	Hoch	Negativ abgrenzen und belegen: „monomer- und metallfrei“, „frei von Stoff X gemäß Prüfbericht Y“.
9	Abbaubarkeit und Entsorgung „biologisch abbaubar“, „kompostierbar“, „recycelbar“ ohne Angabe der Bedingungen	Irreführend, wenn Bedingungen, Norm oder tatsächlich verfügbare Rücknahme fehlen.	Mittel	Bedingungen nennen: industrielle Kompostierung, Norm, Zeitraum, konkrete Entsorgungs- oder Rücknahmewege.
10	Spitzenstellung und Superlative „der Beste“, „Nr. 1“, „führend“, „einzigartig“, „höchste Werte aller ...“	Spitzenstellungsbehauptung, in vollem Umfang nachweispflichtig (§ 5 UWG), unabhängig von EmpCo.	Mittel	Relativieren und belegen, z. B. „eines der wenigen Labore in Mittelfranken mit ...“.
11	Herkunft und Regionalität „aus der Region“, „Made in Germany“ bei reiner Endmontage, „heimische Produktion“	Irreführung über die geografische Herkunft. Beliebtes Ziel von Mitbewerber-Abmahnungen.	Mittel	Fertigungsschritte und Ort konkret benennen, z. B. „Fertigung und Endmontage in Lauf a. d. Pegnitz“.



Werbeagentur-Lauf.de
Design · Websites & Webhosting



Copy-Shop-Lauf.de
Kopieren · Drucken & Binden

Vorgehen in fünf Schritten

1. Claim-Inventur über alle Kanäle: Website, Verpackung, Social Media, Datenblätter, verlinkte PDFs, Meta-Daten, Alt-Texte, Siegel-Grafiken.
2. Jeden Fund einer Fallgruppe aus der Tabelle zuordnen und dokumentieren.
3. Pro Fund entscheiden: mit Beleg unterfüttern, konform umformulieren oder streichen.
4. Freigabeliste zulässiger Formulierungen anlegen, damit Redaktion und Agentur einheitlich arbeiten.
5. Nachkontrolle nach der Überarbeitung, inklusive Archiv- und Kampagnenmaterial.

Prüfung durch die WAL

Wir prüfen Ihren gesamten Auftritt auf riskante Aussagen, bewerten jeden Fund nach Risikostufe und liefern für jede beanstandete Formulierung einen konformen Ersatz. Auf Wunsch übernehmen wir die Textarbeit und die Einpflege ins CMS. Erstgespräch unter +49 9123 999 193 oder mk@werbeagentur-lauf.de.

Rechtlicher Hinweis: Diese Checkliste ist eine Marketing-Compliance-Einschätzung und stellt keine Rechtsberatung im Sinne des Rechtsdienstleistungsgesetzes dar. Die Risikoeinstufung beruht auf der bisherigen Abmahnpraxis und dem Wortlaut der Neuregelung; sie ersetzt keine Prüfung des Einzelfalls. Eine verbindliche rechtliche Bewertung Ihrer konkreten Aussagen kann nur durch eine Rechtsanwältin oder einen Rechtsanwalt erfolgen. Für Vollständigkeit und Aktualität der Angaben wird keine Haftung übernommen. Stand: September 2026.

