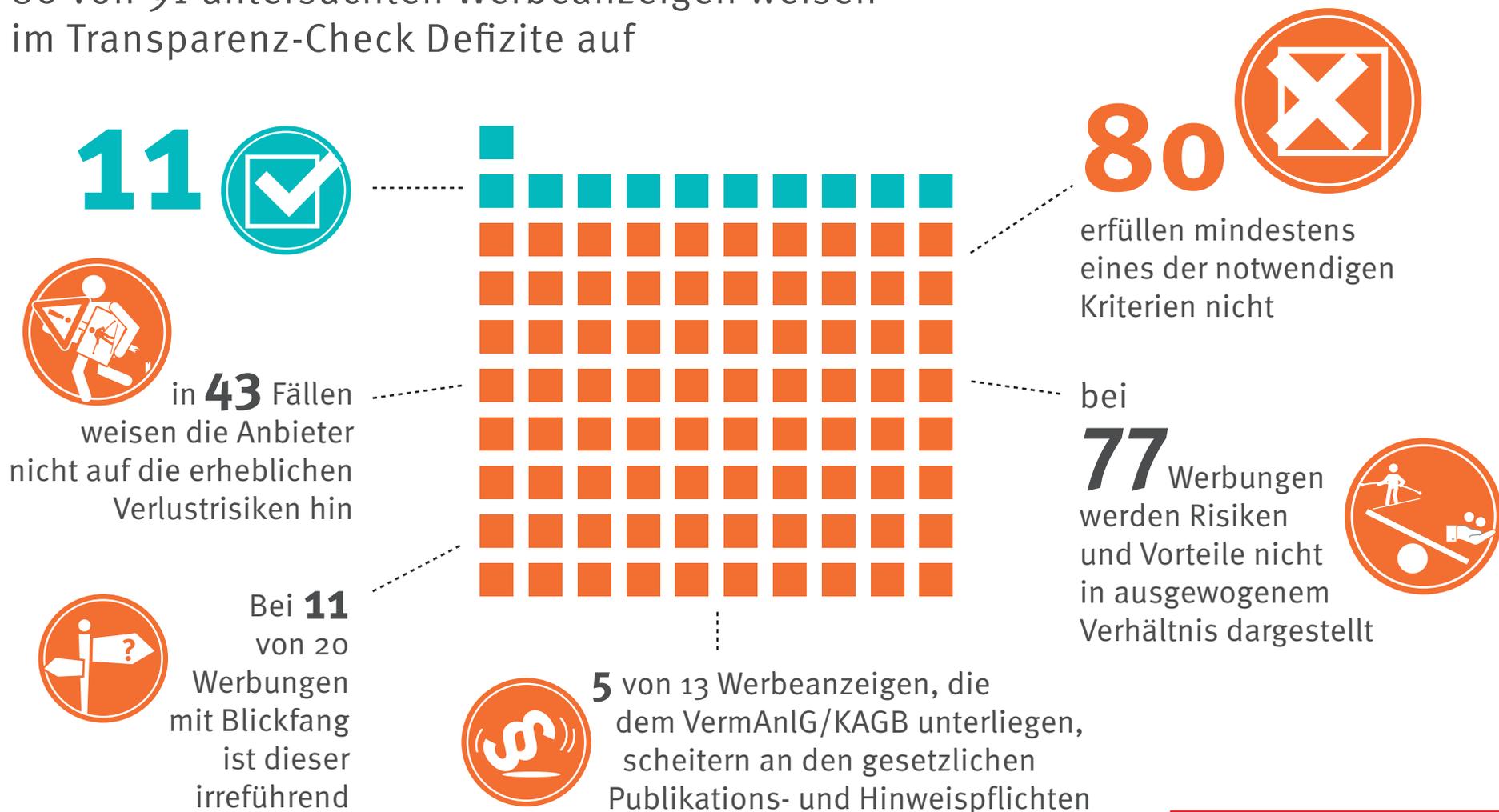


# WERBUNG FÜR PRODUKTE IM GRAUEN KAPITALMARKT IST ÜBERWIEGEND INTRANSPARENT



MARKTWÄCHTER  
FINANZEN

80 von 91 untersuchten Werbeanzeigen weisen im Transparenz-Check Defizite auf



verbraucherzentrale

Quelle: Transparenz bei Werbung für Produkte des Grauen Kapitalmarktes. Eine Untersuchung der Verbraucherzentrale Hessen im Rahmen des Projektes Marktwächter Finanzen, gefördert durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

# WERBUNG IM GRAUEN KAPITALMARKT AUF DEM PRÜFSTAND



MARKTWÄCHTER  
FINANZEN

## Die Anzeigen wurden unter anderem auf folgende Kriterien geprüft:



Werden Vorteile und Risiken  
in der Werbung in einem  
ausgewogenen Verhältnis  
dargestellt?



Wird auf erhebliche Risiken  
bzw. Wertschwankungen  
der Geldanlage hingewiesen?



Ist in der Werbung ein Blickfang  
vorhanden?

Wenn ja, ist dieser  
nicht irreführend?

*Die Kriterien leiten sich ab aus dem Gesetz gegen  
den unlauteren Wettbewerb (UWG) und  
in Anlehnung an das Wertpapierhandelsgesetz  
(WpHG)*

## Kriterien bei speziellen Gesetzen:

Für das beworbene Produkt gilt das **Kapitalanlage-  
gesetzbuch (KAGB)**



Gibt es einen Hinweis auf den  
Verkaufsprospekt?  
Ist erkennbar, wie dieser verfügbar ist?



Gibt es den verpflichtenden Hinweis auf  
die wesentlichen Anlegerinformationen?  
Ist erkennbar, wie diese verfügbar sind?

Für das beworbene Produkt gilt das  
**Vermögensanlagengesetz (VermAnlG)**



Gibt es einen Hinweis auf den  
Verkaufsprospekt?



Sind die nötigen Warnhinweise  
gesetzeskonform umgesetzt?

**verbraucherzentrale**

Quelle: Transparenz bei Werbung für Produkte des Grauen Kapitalmarktes. Eine Untersuchung der Verbraucherzentrale Hessen im Rahmen des Projektes Marktwächter Finanzen, gefördert durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz