

Was Verbraucher wissen sollten

# Deutscher Werberat



B 44 057

Juristische Gesamtbibliothek  
der Technischen Hochschule  
Darmstadt

Juristische Gesamtbibliothek TU Darmstadt



57729333

edition ZAW

---

# Inhalt

---

- Der dauernde Blick auf die Fingerspitzen . . . . . 5
- Wer warum im Werberat . . . . . 11
- Dreieck der Werbeselbstdisziplin . . . . . 12
- Fälle aus der Praxis . . . . . 15
- Rote Karte für graue Werbung . . . . . 21
- Den Staat entbehrlich gemacht . . . . . 25
- Flagge schwenken für Verbraucher . . . . . 29
- Da weiß man, was man hat . . . . . 31
  
- Zum Nachschlagen
  - Arbeitsgrundsätze des Deutschen Werberats . . . 36
  - Verfahrensordnung des Deutschen Werberats . . 37
  - Verhaltensregeln für die Werbung mit und vor Kindern in Werbefunk und Werbefernsehen . . . 40
  - Kurzerläuterungen zu den Verhaltensregeln für die Werbung mit und vor Kindern in Werbefunk und Werbefernsehen . . . . . 40
  - Verhaltensregeln über Werbung für alkoholische Getränke . . . . . 41
  - Entschließung zur Werbung in Sport-Austragungsstätten . . . . . 43
  - Verlautbarung zur Werbung mit unfallrisikanten Bildmotiven . . . . . 44
  - Verlautbarung zur Reifenwerbung . . . . . 44
  - Verlautbarung zur Darstellung von und Aussagen über Frauen in der Werbung . . . . . 45
  - ZAW-Richtlinien für redaktionell gestaltete Anzeigen . . . . . 45

---