

2464 Die Grenzen des Marketingauftrittes im Lichte aktueller Entwicklungen Pink, Blue & Green Washing

Egal ob Pink, Blue & Green Washing, irreführende Werbeaussagen über ein Unternehmen sind immer mehr im kritischen Fokus von Mitbewerberinnen und Mitbewerbern oder Konsumentinnen und Konsumenten. Für Unternehmen wächst der Druck, soziale und nachhaltige Verantwortung zu übernehmen. Gleichzeitig erwarten sich Konsumentinnen und Konsumenten aber auch ethisch korrektes Verhalten. Das verleitet so manches Unternehmen zu irreführenden umwelt- oder sozialbezogenen Werbeaussagen, um diese Erwartung zu erfüllen. Diese Praxis schädigt den Ruf eines Unternehmens und zieht rechtliche Konsequenzen mit sich. So macht der Verein für Konsumenteninformation regelmäßig „Greenwashing Checks“ und hat in 2023 zwei Unternehmen in Österreich erfolgreich wegen Greenwashing geklagt. Seien Sie daher vorsichtig und lernen Sie in diesem Seminar, wie Sie rechtssicher ihren Werbe- und Marketingauftritt gestalten!

Die Zielgruppe:

- Mitarbeiter:innen in Marketing und Kommunikation
- Marketingleiter:innen
- PR- und Werbeagenturen
- Unternehmensjuristinnen und -juristen
- Personen, die mit diesen Themen befasst sind

Die Trainingsinhalte:

- Überblick über das Gesetz gegen Unlauteren Wettbewerb und aktuelle Gesetzesinitiativen
- Definition von Pink, Blue und Greenwashing
- Aktuelle Praxisbeispiele zu Greenwashing
- Formulierungen zur Vermeidung von irreführenden Aussagen

Die Trainingsziele:

Nach dem Seminar haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer:

- Verständnis für die Begriffe „Pink, Blue und Greenwashing“ und können diese Praktiken erkennen
- Einen guten Überblick über gesetzliche Änderungen, um rechtzeitig in Werbung & Marketing reagieren zu können
- Fähigkeiten, rechtssichere Werbeaussagen formulieren zu können, um eine mögliche Irreführung zu vermeiden

Die Trainerin:

Dr. Irmgard Pracher MBA

Rechtsanwältin und Managerin bei LeitnerLaw Rechtsanwälte