Online-Seminar

Zwischen Absatzerfolg und Abmahnung – Werbung in der Energiewirtschaft

Seit Online-Vergleichsportale den Wettbewerbsdruck spürbar erhöht haben, ist es wohl so schwierig wie nie zuvor, Energieprodukte erfolgreich zu verkaufen. Energieversorger sind darauf angewiesen, zur Bewerbung ihrer Produkte alle zur Verfügung stehenden Medien und Werbeformen zu nutzen. Wohl auch deshalb sind traditionellen Werbeformen in keiner anderen Branche noch immer so weit verbreitet wie in der Energiewirtschaft. Doch unter welchen Voraussetzungen ist die Kontaktaufnahme mit (potenziellen) Kunden per E-Mail, Telefon oder Brief zulässig? Unter welchen Umständen darf an Haustüren geworben werden? Und was genau darf (potenziellen) Kunden gegenüber in welcher Form geäußert werden? Inwieweit können Werbeaussagen zum Vertragsinhalt werden und vom Versorger unbeabsichtigte Vereinbarungen nach sich ziehen? Diese und weitere Aspekte beantworten wir zusammen mit unserem Kollegen Dr. Alexander Hauch, Partner der Praxisgruppe IP, Media & Technologie im Rahmen folgender

Agenda

1. Was fällt unter den Begriff Werbung?

- Unternehmenswerbung, Produktwerbung, versteckte Werbung, Formen der Werbung
- Rechtliche Vorgaben zur Werbung aus UWG und EnWG?

2. Ausgewählte rechtliche Fragen im Werbekontext

- Welche Vorgaben trifft das EnWG zu Werbematerialien wie z.B. Kundenanschreiben mit Werbung? Sind Verstöße gegen energierechtliche Spezialvorschriften (z.B. das EnWG) zugleich Wettbewerbsverstöße?
- Welche Werbeform (E-Mail, Telefon, Brief) ist unter welchen Voraussetzungen zulässig?
- Grundlagen der Irreführung, unzumutbaren Belästigung und vergleichenden Werbung
- Rahmenbedingungen für Door-To-Door-Werbung
- Welche Werbemaßnahmen von Konkurrenten können untersagt werden?
- Exkurs: Unbeabsichtigte Bindungswirkung bei Werbeaussagen, z.B. Gewinnspielen, Höchstgrenzen oder Bonusgestaltung

3. Auswirkungen von (unzulässigen) Werbemaßnahmen

- Unbeabsichtigte Bindungswirkung bei Werbeaussagen, z.B. Gewinnspielen, Höchstgrenzen oder Bonusgestaltung
- Kommt trotzdem ein Vertrag zustande? Wann hat der Kunde ggf. das Recht, sich vom Vertrag zu lösen? Kann der Kunde ggf. (zivilrechtliche) Schadensersatzansprüche geltend machen?

4. Grundzüge der Rechtsverfolgung eines Wettbewerbsverstoßes

- Wer kann Ansprüche geltend machen?
- Welche Informationen werden für eine erfolgversprechende Abmahnung benötigt?
- Wie ist der außergerichtliche und gerichtliche Ablauf?

5. Aktuelle Rechtsprechung zu wettbewerbswidrigem Verhalten in der Energiewirtschaft und zur Werbung mit Claim „klimaneutral“

6. Raum für Fragen und Diskussion