

„Gutschein für Varius-Gleitsichtgläser: 99,- Euro statt 199,- Euro“

Wegen des Gutscheins ist das Angebot unzulässig. Der Gutschein führt dazu, dass ein Sondervorteil für die Inhaber eines solchen Coupons gewährt wird. Derartige Sondervorteile stellen sich als verbotener Rabatt nach dem Heilmittelwerbe-gesetz dar. Der Verbraucher soll nicht angelockt werden mit der Vermutung, er gehöre zu einem exklusiven Kreis der im Gegensatz zur Allgemeinheit besonders günstige Konditionen erlangen kann.

„Beim Kauf einer Brille erhalten Sie eine Sonnenbrille in Ihrer Glasstärke gratis!“

Es liegt ein zulässiges Set-Angebot vor. Korrektionsbrille und Sonnenbrille bilden eine sinnvolle „funktionale Einheit“. Die Sonnenbrille in der Gläserstärke ergänzt die normale Korrektionsbrille. Der mündige Verbraucher weiß, dass er in Wirklichkeit nichts geschenkt bekommt, sondern der Wert der Sonnenbrille in den Preis der Korrektionsbrille einkalkuliert ist.

„Neu bei uns: Wir ermitteln Ihre Gläserstärke gratis!“

So ist die Werbung wettbewerbsrechtlich verboten. Das Verschenken der Refraktionsbestimmung ist unzulässig. Es kommt lediglich in Betracht, dass die Refraktionsbestimmung beim Kauf einer Brille als Set-Angebot im Brillenpreis inbegriffen ist. Die zitierte Werbung lässt dem Kunden aber eine (scheinbar) freie Auswahl, ob er nach der Refraktionsbestimmung eine Brille im Betrieb des Refraktionisten erwirbt oder nicht.

Zum anderen erzeugt die Werbung einen psychologischen Kaufzwang. Es wird dem Kunden peinlich sein, die kostenlose Refraktionsbestimmung in Anspruch zu nehmen, ohne anschließend eine Brille im Betrieb des Refraktionisten zu kaufen.

„Contra-Optik – Wieder eine sagenhaft kundenfreundliche Idee: Wir übernehmen Ihre Praxisgebühr!“

Diese Werbung ist verboten. Dem Fall liegt das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 1. April 2004 (36 O 41/04) gegen eine beklagte Augenoptik-Kette zugrunde. Gesetzlich krankenversicherte Patienten eines Augenarztes erhalten durch das Angebot einen Sondervorteil. Das Landgericht Stuttgart wörtlich: „Es ist jedoch eine hochgradige unsachliche Beeinflussung im Sinne von § 7 Heilmittelwerbe-gesetz (HWG) und gezielte Augenwischerei, die Erhebung dieser Gebühr dadurch zu tarnen, dass sich die Beklagte dem allgemeinen Unmut über die Praxisgebühr – die gar nichts damit zu tun hat – zu Nutze macht, um dem Kunden, der sich keine näheren Gedanken macht, eine scheinbare Wohltat vorzuspielen. In Wahrheit verlangt die Beklagte schlicht 10,- Euro für die Sehschärfenmessung, was sie durch die von ihr gewählte Preisgestaltung zu kaschieren sucht. Unter Verschweigung der wahren Hintergründe Ihrer Preisgestaltung bedient sie sich dabei des Vehikels der Praxisgebühr und des verbreiteten Verdresses über diese, um gar noch wettbewerblich Vorteile zu ziehen. Dies widerspricht dem Sachlichkeitsgebot, insbesondere im Bereich des Heilmittelwerbe-gesetzes.“

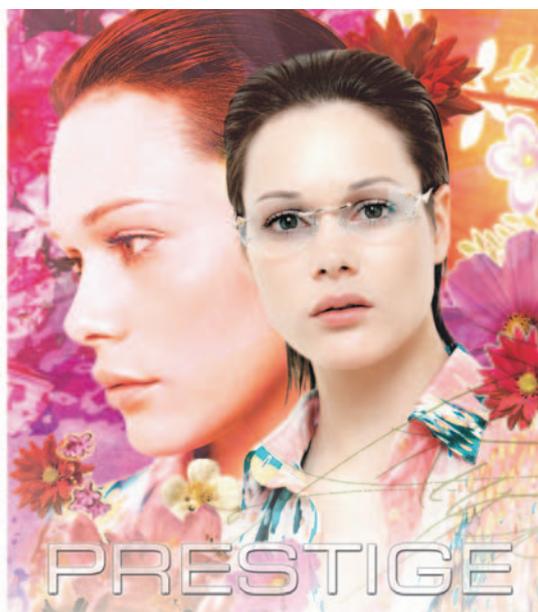
„Attraktive Sommerangebote – exklusiv für ABC-Mitglieder: XY-Optik ist Vorteilspartner des ABC und bietet allen ABC-Mitgliedern attraktive und exklusive Vorteile! Einstärken- und Kunststoffgläser statt 199,- Euro nur 99,- Euro“

Klassisches Beispiel für einen verbotenen Sondervorteil für Mitglieder eines bestimmten Vereins. Selbst wenn es sich um einen bundesweit Verein mit zigtausend Mitgliedern handelt, stellt die Werbung einen unzulässigen Rabatt dar. Als allgemeines Sonderangebot wäre die Werbung problemlos möglich. Es wird aber mit dem besonderen Lockmittel eines Rabattes nur für ABC-Mitglieder geworben.

„Rabatt Rabatt Rabatt: Top aktuelle Markenfassung xy nur 499,- Euro 299,- Euro“

Obwohl mit der Bezeichnung „Rabatt“ geworben wird, handelt es sich nicht um einen Rabatt im juristischen Sinne. Das Angebot gilt allgemein und nicht nur für bestimmte Personengruppen. Es wird also kein Sondervorteil für bestimmte Personengruppen gewährt. Die Werbung stellt ein normales Sonderangebot dar, das nur umgangssprachlich als „Rabatt“ bezeichnet wird. Deshalb ist die Werbung auch nach der neuen Rechtsprechung zum Heilmittelwerbe-gesetz zulässig.

Anschrift des Autors:
Rechtsanwalt Peter Schreiber,
Alexanderstraße 25a,
40210 Düsseldorf



NEOSTYLE
PERSONALITY EYEWEAR