

## "Gratis-Glas" - Werbeaktion eines Optikers

**Attraktive Werbeaktionen locken eine Vielzahl von Kunden an. Oft besteht dabei nur ein schmaler Grat zwischen zulässiger Werbemaßnahme und Wettbewerbswidrigkeit. Die Werbung eines Augenoptikers mit "1 Glas geschenkt!" bzw. "Gratis-Glas" hat nun das Oberlandesgericht Hamm beschäftigt.**

Ein Augenoptik- und Hörakustikunternehmen warb in einem Prospekt und im Internet für ein Angebot zum Kauf einer kompletten Brille, also Fassung und zwei Gläsern.

Abgebildet wurde unter anderem ein Brillengestell, wobei ein Glas als "gratis" und das andere Glas als "günstig" bezeichnet wurde. Hervorgehoben wurde zudem die Angabe "1 Glas geschenkt!". Die Angabe war mit einem Sternchen markiert und



führte zu dem Text "Gültig beim Kauf einer kompletten Brille mit D2-Gläsern in Sehstärke. Nicht mit anderen Angeboten kombinierbar." Außerdem warb der Optiker mit der Mitteilung "Das D Gratis-Glas zu jeder Brille!".

Die Wettbewerbszentrale sieht hierin einen Verstoß gegen das Zuwendungsverbot des Heilmittelwerbegesetzes und eine Irreführung im Sinne des Wettbewerbsrechts. Der werbende Optiker verschenke tatsächlich nicht eines von zwei Brillengläsern, sondern gewähre einen Rabatt in Höhe von 50 % auf beide Brillengläser.

Das LG Dortmund gab der Wettbewerbszentrale Recht. Es begründete seine Entscheidung damit, dass es für den Verbraucher nicht ersichtlich sei, dass er auch das Gratis-Glas zur Hälfte bezahlen müsse.

### Entscheidung des Gerichts

Das OLG Hamm ([Urteil vom 06.08.2015 - Az. 4 U 137/14](#)) teilt die Auffassung der Wettbewerbszentrale und dem erstinstanzlichen Gericht nicht.

Es liege kein Verstoß gegen das Zuwendungsverbot des Heilmittelwerbegesetzes vor, denn es handele sich bei der Brille inklusive "geschenktem" Glas um ein einheitliches Angebot, das komplett zu bezahlen sei. Der angesprochene Verbraucher habe an einem einzelnen Brillenglas in der Regel kein Interesse. Bedarf bestehe vielmehr an einer kompletten Brille als funktionaler Einheit, bestehend aus Brillenfassung und zwei Gläsern mit passenden Korrekturwerten. Allein die Angaben "gratis" und "geschenkt" reichten hier nicht aus, den Eindruck einer unentgeltlichen Zuwendung zu vermitteln.

Auch ein Verstoß gegen das UWG ist hier nach Auffassung der Richter in Hamm nicht gegeben. Die streitgegenständliche Werbung kläre den Verbraucher hinreichend darüber auf, dass die komplette Brille als Hauptleistung kostenpflichtig sei.

## **Fazit**

Es bleibt abzuwarten, ob der BGH der Nichtzulassungsbeschwerde der Wettbewerbszentrale stattgeben und die Rechtsfrage noch höchstrichterlich klären wird.