„Refraktionsklau“: Beratung vor Ort – gekauft im Netz

www.istockphoto.com

Schon lange beschwert sich der Fachhandel, Kunden würden sich im Fachgeschäft kostenlos beraten lassen, um dann von zu Hause aus im Internet zu kaufen. Vom „Beratungsklau“ ist die Rede. Dies ist mittlerweile aber nicht nur ein Ärgernis bei Büchern, CDs, Software oder Fotoapparaten, sondern auch für die Augenoptik: Kunden lassen sich beim stationären Augenoptiker kostenlos die Refraktionswerte bestimmen, um sich dann bei einem Dritten eine entsprechende Brille fertigen zu lassen.

Grund für die Entwicklung ist die größer werdende Anzahl von Internet-Händlern in Deutschland. Denn die Kunden werden häufig auf den Internetseiten der Online-Händler zum „Beratungsklau“ geradezu angestiftet. So heißt es zum Beispiel bei Brille 24: „Die Angaben dazu erhalten Sie von Ihrem Augenarzt oder auch von Ihrem Optiker“.

Die Hürden beim Arzt

Der Augenarzt als Opfer des „Beratungsklaus“ scheidet aus: Lange Wartezeiten, zehn Euro Praxisgebühr und ein „Refraktionsprotokoll“, welches von der Arzthelferin eilig „ohne Gewähr“ erstellt wird, locken den Schnäppchenjäger nicht. Beim Augenoptiker hingegen erhält der Kunde vielleicht noch zusätzlich eine Tasse Kaffee – wenn er es geschickt anstellt.

Von Küchen und Tiefstpreisen

Die Masche der Internethändler ist ärgerlich, wettbewerbsrechtlich nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (BGH) aber nicht angreifbar. So hat der BGH 2008 die Klage der Wettbewerbszentrale gegen ein Einrichtungshaus wegen deren Werbung *„Küchen-Tiefstpreis-Garantie – egal, wer beim Küchenkauf anbietet – wir garantieren Ihnen einen Preis, der 13 % unter jedem Mitbewerber-Angebot liegt“* abgewiesen. Dass Kunden sich beim Mitbewerber des Einrichtungshauses eine individuelle Küche ohne Kaufinteresse nur in der Absicht planen ließen, um eine Grundlage für die „Küchen-Tiefstpreis-Garantie“ beim beklagten Einrichtungshaus zu erhalten, spielte für die Bundesrichter keine Rolle. Für die Augenoptik heißt dies: Derjenige, der Kunden auffordert, beim stationären Augenoptiker unter Vortäuschung einer Kaufabsicht kostenlos die Refraktionswerte zu erhalten, handelt nicht wettbewerbswidrig. Ein solches Kundenverhalten stellt auch keinen Betrug oder eine sonstige Straftat dar.

Der Kunde als König

Rechtlich kann man also das Erschleichen von Refraktionswerten nicht verhindern. Aber was kann man tun?

Das Internet kann man nicht aufhalten. Aber jeder Augenoptiker kann durch sein eigenes Marktverhalten Anreize für den Kauf beim stationären Augenoptiker schaffen. So ist es denkbar, dass Kunden für eine Refraktionsbestimmung eine dem Aufwand und der Qualifikation des Augenoptikers angemessene Vergütung zahlen müssen. Um trotzdem gegenüber Internet und Filialisten konkurrenzfähig zu bleiben, bietet man gleichzeitig seinen Kunden an, dass Entgelt für die Refraktionsbestimmung auf den Kaufpreis einer Korrektionsbrille anzurechnen. Entscheidet sich der Kunden dann nach der Refraktionsbestimmung gegen den Erwerb einer Brille, so hat der Augenoptiker jedenfalls nicht kostenlos gearbeitet.

Zudem ist Folgendes zu bedenken: Kunden, welche beabsichtigen, im Internet eine Brille zu kaufen, kennen häufig die qualitativen Unterschieden zwischen einer fachgerechten Korrektionsbrille vom stationären Augenoptiker und einer Internet-Brille nicht. Sie wissen insbesondere nicht, dass Internetbrillen nur auf einer recht schmalen Datenbasis gefertigt werden. Abgesehen von Sphäre, Zylinder, Achse und (gegebenenfalls vom Kunden selbst gemessener) Pupillendistanz werden keine weiteren Daten berücksichtigt. Der Kunde kann weder die Einschleifhöhe noch andere auf den Kunden bezogene, fassungsabhängige Daten bei der Bestellung einer Internet-Brille angeben. Deshalb ist Aufklärungsarbeit angesagt. Der Augenoptiker sollte dem Kunden sagen, dass aufgrund der schmalen Datenbasis es nicht sicher ist, ob er trotz ordnungsgemäßer Refraktionsbestimmung und trotz fachgerechtem Einarbeiten von mangelfreien Gläsern in eine mangelfreie Fassung eine Brille erhalten wird, mit der er gut sehen kann. Ferner sollte der Augenoptiker den Kunden auf den Vorteil hinweisen, Refraktionsbestimmung und Brille aus einer Hand zu erhalten. Denn wenn der Kunde mit seiner Internet-Brille nicht zurecht kommt, so weiß er nicht, ob hierfür der refraktionierende Augenoptiker oder der Internet-Händler die Verantwortung trägt.

Vorteil offline

Im Vergleich zum übrigen Fachhandel ist der stationäre Augenoptiker also durchaus im Vorteil: Das individuell hergestellte Produkt „Korrektionsbrille“ erhält der Kunde eben nicht in gleicher Qualität zum günstigeren Preis im Netz. ■

Dr. Jan Wetzel, Rechtsanwalt, Düsseldorf