

- b) Nr. 155/25
(Keine Herabsetzung – Werbespot mit Zerstörung einer Brille/eines Brillengestells)

Die Dritte Kammer,

i n E r w ä g u n g :

- 1 Nach Ansicht des Beschwerdeführers kommt die Zerstörung/Zertrümmerung einer Brille/eines Brillengestells einer lauterkeitsrechtlichen Herabsetzung der gesamten Augenoptikbranche gleich.
- 2 Das Ziel des Spots sei es laut der Beschwerdegegnerin nicht, die Augenoptikbranche zu diskreditieren, sondern die Vorteile einer Augenlaserbehandlung auf pointierte und aufmerksamkeitsstarke Weise zu veranschaulichen – insbesondere die neu gewonnene Freiheit von Sehhilfen. Die gezeigte Brillenzerstörung sei klar als symbolische, humorvoll überspitzte Metapher zu verstehen, wie sie im Rahmen kreativer Werbemaßnahmen gängig sei. Ein gewisses Mass an Übertreibung sei in der Werbung zulässig. Dies gelte insbesondere dann, wenn der metaphorische Charakter der Darstellung für das Publikum klar erkennbar sei. Der Durchschnittskonsument erkenne, dass es sich um eine humorvolle, nicht wörtlich zu nehmende Darstellung handle. Eine ernsthafte Herabwürdigung der Augenoptikbranche liege nicht vor.
- 3 Die Lauterkeitskommission vermag in der beanstandeten kommerziellen Kommunikation weder eine Herabsetzung noch eine Verunglimpfung der Augenoptikbranche zu erkennen. Es wird für die Durchschnittsadressaten in erkennbarer Weise dargestellt, dass eine Augenlaserbehandlung eine bedeutende Veränderung für die betroffenen Personen haben kann, da sie nach der Behandlung nicht mehr auf eine Brille angewiesen sind. Dieser Vorteil für die betroffenen Personen wird im beanstandeten Spot in überspitzter, brachialer und bildgewaltiger, aber zulässiger Form dargestellt.

b e s c h l i e s s t :

Die Beschwerde wird abgewiesen.

