

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

LG Koblenz: Irreführung durch Netto-Preise für Photovoltaikprodukte ohne aufklärenden Zusatz bei Google-Shopping

Für bestimmte Solarmodule und essentielles Zubehör gilt seit dem 01.01.2023 ein reduzierter Mehrwertsteuersatz von 0%. Da dieser allerdings von bestimmten Verwendungsvoraussetzungen und Erwerbereigenschaften abhängt, sorgt die Steuerermäßigung für rechtliche Probleme bei Preisangaben im Internet insbesondere dort, wo das Darstellungsmedium nur begrenzten Platz bietet. Zu Preisangaben für steuerermäßigte Photovoltaikmodule in Google-Shopping-Anzeigen entschied jüngst das LG Koblenz und urteilte, dass bei Angabe eines Nettopreises ein Unterlassen des Hinweises auf den 0%-Steuersatz und dessen Voraussetzungen eine Irreführung begründe.

I. Der Sachverhalt

Der Beklagte, Betreiber eines Online-Shops unter anderem für Photovoltaikprodukte, warb auf Google Shopping per Anzeige für Zubehör für Solarmodule und gab als Gesamtpreis den Nettopreis, also den Preis inkl. 0% MwSt., an, ohne den Steuersatz konkret auszuloben oder auf die Voraussetzungen seiner Geltung gemäß § 12 Abs. 3 UStG hinzuweisen.

Der Kläger, ein Mitbewerber, sah hierin eine Irreführung über Preise nach § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG.

Der Beklagte gehe in seiner Angebotsgestaltung fälschlicherweise allgemein davon aus, dass Erwerber zur Inanspruchnahme der Steuerermäßigung nach § 12 Abs. 3 UStG berechtigt seien.

Tatsächlich stehe die Senkung der Mehrwertsteuer aber unter einer Vielzahl von verwendungs- und erwerberbezogenen Bedingungen, sodass der pauschale Preis inkl. 0% MwSt. von vielen Interessenten überhaupt nicht erzielt werden könnte.

Für diese nicht zur Steuerermäßigung Berechtigten habe die Werbung also eine täuschende Lockwirkung, die sie ohne zusätzliche aufklärende Hinweise über den angewendeten Steuersatz von 0% und dessen Voraussetzungen zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen könne, die sie unter Kenntnis der Umstände nicht getroffen hätten.

Dieser Auffassung hielt der Beklagte entgegen, dass die Voraussetzungen des § 12 Abs. 3 UStG mitnichten so diversifiziert sein, wie der Kläger behaupte, und bei einer Anlagenbruttoleistung von nicht mehr als 30 Kilowatt (peak) sogar vermutet würden.

Eine Irreführung sei auch deswegen ausgeschlossen, weil interessierte Verbraucher sich der mit der Anschaffung einer Solaranlage verbundenen hohen Investitionskosten wegen mit Steuersenkungen und Subventionen beschäftigten und daher um Voraussetzungen und die Reichweite der in Rede stehenden Steuerermäßigung wüssten. Es fehle mithin bereits an einer Täuschungseignung.

Nach erfolgloser Abmahnung stellte der Kläger einen Antrag auf Erlass einer einstweiligen Unterlassungsverfügung beim LG Koblenz, gegen welche der Beklagte Widerspruch einlegte.

II. Die Entscheidung

Das LG Koblenz erhielt mit Urteil vom 12.05.2023 (Az 4 HK O 7/23) die einstweilige Verfügung aufrecht und bestätigte eine Irreführung.

Der in der Google-Shopping-Anzeige geäußerte Nettopreis (Preis inkl. 0% MwSt.) verstoße gegen das Gebot der Preisklarheit und Preiswahrheit, weil nicht gleichzeitig darüber aufgeklärt worden sei, dass er 0% USt. enthält und unter welchen Bedingungen dieser Steuersatz gelte.

Dadurch gingen vernünftige Betrachter des Angebots von einem regulären MwSt.-Satz von 19% aus und unterlägen dem Irrtum, der Preis sei allgemeingültig und ohne Voraussetzungen erzielbar.

Weil der geäußerte Preis aber nur unter den speziellen Kriterien nach. § 12 Abs. 3 UStG tatsächlich gewährt würde, gehe von ihm für alle zur Steuerermäßigung Nichtberechtigten ein irreführender Lockeffekt aus und sei niedriger als der tatsächliche Erwerbspreis.

Dem Beklagten sei mit der Argumentation, die Steuerermäßigung sei der Regelfall und ein Herausfallen aus dem Anwendungsbereich die Ausnahme, nicht zu folgen. Die Vermutungsregel für Anlagenbruttoleistungen von nicht mehr als 30 Kilowatt (peak) gelte insofern nicht, wenn keine Registrierungspflicht im Marktstammdatenregister bestehe oder wenn die Komponenten zur Erweiterung einer Photovoltaikanlage genutzt würden, die mit der Erweiterung die Leistungsgrenze überschreite.

Auch ein allgemeines Wissen der angesprochenen Verkehrskreise um die Bedingungen der Steuerermäßigung sei nicht anzunehmen. Zwar sei nicht ausgeschlossen, dass sich Interessenten der hohen Investitionskosten wegen intensiver mit dem Themenbereich beschäftigten als bei Erwerb eines Standardkonsumgutes. Dass aber eine weitergehende Kenntnis der Regelung des § 12 Abs. 3 UStG und ihrer einzelnen Voraussetzungen vorherrsche, könne nach derzeitigem Zeitstand gerade nicht unterstellt werden.

Dass ein ungerechtfertigter Anlockeffekt durch Nettopreise für zur Steuerermäßigung Nichtberechtigte wegen der mit der Steuersenkung beabsichtigten Förderung von Solarmodulen hingenommen werden müsse, sei ebenfalls nicht überzeugend, weil ein solcher durch eine Aufnahme der vorliegend fehlenden Hinweise auf den 0%-Steuersatz und dessen Bedingungen gerade zumutbar unterbunden werden könne.

III. Fazit

Mit seiner Entscheidung tritt das LG Koblenz in offenen Widerspruch zur Rechtsauffassung des LG Gießen, das mit [Beschluss vom 24.03.2023 \(Az. 8 O 3/23\)](#) Nettopreise für steuerermäßigungsfähige Photovoltaikprodukte in Google-Shopping-Anzeigen **ohne weitere Hinweise** gerade für grundsätzlich zulässig erklärt hatte.

Nach Auffassung der Koblenzer Richter darf ein Preis für ein potenziell steuerermäßigtes Photovoltaikprodukt in Google-Shopping nur als Nettopreis inkl. 0% MwSt. angegeben werden, wenn gleichzeitig im selben Sichtfeld ein Hinweis darauf ergeht, dass der Preis 0% MwSt. enthält und seine Geltung von den Voraussetzungen des § 12 Abs. 3 UStG abhängt.

Das gegenläufige Urteil des LG Koblenz schürt die Rechtsunsicherheit in Bezug auf die erforderlichen Preisangaben für Photovoltaikprodukte weiter und sorgt gerade mit Blick auf Google-Shopping-Anzeigen für Ungewissheit.

Anders als das LG Gießen berücksichtigt das LG Koblenz die darstellerischen Begrenzungen des Werbemediums nicht und verkennet, dass eigens formulierte, aufklärende Hinweise zu angegebenen Preisen auf Google Shopping rein tatsächlich kaum anzuführen sind.

Ebenfalls lassen die Richter außer Acht, dass eine gegebenenfalls für nicht zur Ermäßigung Berechtigte bestehende Lockwirkung zumindest auf der verlinkten Produktdetailseite durch ausführliche Hinweise ausgeräumt werden kann, ohne dass die Kaufentscheidung bei bloßer Wahrnehmung der Google-Shopping-Anzeige als bloßem inhaltsarmen und generischem Angebotsverweis schon hinreichend gefestigt wäre.

Es bleibt zu hoffen, dass sich die deutsche Rechtsprechung zu Preisangaben in Verbindung mit § 12 Abs. 3 UStG in den kommenden Monaten auf einer einheitlichen Linie positioniert und dass eine höchstrichterliche Entscheidung für Anwendungsklarheit sorgt.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt