

jedoch keineswegs die Regel.<sup>14</sup> Es stellt sich deshalb die Frage nach der Durchsetzung individueller Verbraucheransprüche (vgl. Kapitel 8.1).

Was die strafrichterliche Kontrolle anbelangt, so kann gesagt werden, dass jedenfalls bei schwerwiegenden Verstößen der Einsatz strafrechtlicher Sanktionen unverzichtbar ist (vgl. Kapitel 8.2).<sup>15</sup>

### 3. Organisation der Verbraucher

Meines Wissens gibt es derzeit keine liechtensteinische Verbraucherorganisation. Allerdings ist Liechtenstein in Tätigkeiten der Sektion Werdenberg/Sarganserland/Liechtenstein des Konsumentinnenforums Schweiz einbezogen. Auch steht in Liechtenstein wohnhaften Konsumentinnen und Konsumenten die Konsumentinnenforum-Beratungsstelle in St. Gallen zur Verfügung.<sup>16</sup>

Da es in Liechtenstein keine Verbraucherorganisationen gibt, sind die liechtensteinischen Verbraucher auch nicht in Gremien repräsentiert, die sich mit verbraucherrelevanten Fragen befassen.

Wenn es in Liechtenstein eine Konsumentenorganisation gäbe, so hätte diese gewisse gesetzlich verbürgte Rechte. Sowohl nach UWG 1946 (Art 2 Abs 3) als auch nach UWG 1992 (Art 10 Abs 2 lit b) steht den Konsumentenorganisationen nämlich ein - allerdings qualitativ unterschiedliches - Klagerecht zu (vgl. Kapitel 5.1 und 5.2.2).

### 4. Selbstkontrolle der Wirtschaft

Die Wirtschaft hat in vielen Ländern von sich aus oder in Zusammenarbeit mit Verbraucherverbänden Gütezeichen oder Leistungszeichen geschaffen, die als Ausweis für Qualität einer Ware oder die Leistung eines Betriebs gelten,<sup>17</sup> oder Verhaltenskodizes erlassen<sup>18</sup>.

Dazu muss kritisch angemerkt werden, dass in vielen Fällen das hauptsächliche Motiv für den Erlass eines Verhaltenskodex die Verhinderung einer staatlichen Normgebung im Bereich des Konsumentenschutzes bildet, und dass die Bezeichnung als Selbstkontrolle der Wirtschaft verschleiert, dass auch die Konsumenten Adressaten dieser Normen sind, ohne an ihrem Erlass und ihrer Durchsetzung in repräsentativer Weise teilzuhaben.<sup>19</sup>

Aus diesen Gründen reicht die Selbstkontrolle der Wirtschaft nicht aus, um den Verbraucher angemessen zu schützen.<sup>20</sup>

### 5. Erhaltung und Förderung des Wettbewerbs

Durch die Intensivierung des Wettbewerbs kann das Angebot vergrößert, die Qualität verbessert und ein Druck auf die Preise ausgeübt werden. Zu Recht wurde deshalb der Wettbewerb als des Verbrauchers bester Freund bezeichnet.<sup>21</sup>

<sup>14</sup> Von Hippel, 39.

<sup>15</sup> Vgl. Von Hippel, 41.

<sup>16</sup> Vgl. die Zeitschrift "prüf mit", die vom Konsumentinnenforum Schweiz herausgegeben wird.

<sup>17</sup> Von Hippel, 26.

<sup>18</sup> Feldges, 146.

<sup>19</sup> Feldges, 146 und 206.

<sup>20</sup> Von Hippel, 27.

<sup>21</sup> Vgl. Von Hippel, 27.