

ee) Werbung mit Privathandverkauf

Missbräuchliche Werbung mit Privathandverkauf muss auch weiterhin unlauter bleiben.

ff) Werbung mit unklarer Preisangabe

Art 19 lit a erklärt die irreführende Preisbekanntgabe - und somit auch die Werbung mit unklaren Preisangaben - für unzulässig.

Vgl. Kapitel 6.2.3.2 für die Preisbekanntgabe in der Werbung (Art 18 UWG).

gg) Preisauszeichnung

Bestand vor Inkrafttreten des EWR-Abkommens grundsätzlich keine gesetzliche Pflicht zur Preisauszeichnung (vgl. Kaptitel 5.1 und 6.1.3), so wird mit Inkrafttreten des UWG 1992 die Preisbekanntgabe an Konsumenten in Liechtenstein erstmals umfassend gesetzlich geregelt (vgl. Kapitel 6.2.3).

e) Irreführung durch täuschende Angebotsgestaltung und Verkaufspraktiken

Das neue UWG ergänzt¹⁴¹ die Schutzvorschriften gegen unlautere Werbung durch einen neuen Tatbestand:

Unlauter handelt insbesondere, wer die Beschaffenheit, die Menge, den Verwendungszweck, den Nutzen oder die Gefährlichkeit von Waren, Werken oder Leistungen verschleiert und dadurch den Kunden täuscht (Art 3 lit i).

Dies kann durch fehlende Angaben oder durch die Art und Weise der Verpackung (z.B. Mogelpackungen) geschehen. Auch an sich korrekte Angaben verhindern eine Täuschung nicht, wenn durch die Packungsaufmachung oder die Art der Aufschrift falsche Vorstellungen über deren Inhalt, Qualität usw. geweckt werden.¹⁴²

f) Vergleichende Werbung

Die vergleichende Werbung wird neu umfassend in Art 3 lit e geregelt.

Unlauter handelt insbesondere, wer sich, seine Waren, Werke, Leistungen oder deren Preise in unrichtiger, irreführender, unnötig herabsetzender oder ablehnender Weise mit anderen, ihren Waren, Werken, Leistungen oder deren Preisen vergleicht oder in entsprechender Weise Dritte im Wettbewerb begünstigt.

Das Gesetz geht davon aus, dass vergleichende Werbung infolge ihrer transparenzfördernden Informationsfunktion grundsätzlich erlaubt ist. Unlauter wird sie, wenn die Vergleichung in unrichtiger, irreführender, unvollständiger, unnötig herabsetzender oder ablehnender Weise geschieht. Die Irreführung kann durch wahre oder unrichtige Angaben erfolgen.¹⁴³

Die Zulässigkeit vergleichender Werbung setzt somit zumindest voraus, dass diese objektiv wahr ist.¹⁴⁴ Um Irreführung zu vermeiden, ist weiter nötig, dass Vergleichbares einander gegenübergestellt wird.¹⁴⁵

Durch den vorliegenden Tatbestand werden sowohl Mitbewerber wie auch Letztverbraucher vor irreführender vergleichender Werbung geschützt.¹⁴⁶

¹⁴¹ Bericht und Antrag der Regierung an den Landtag Nr. 71/1992, 9.

¹⁴² Dessemontet, 393.

¹⁴³ Dessemontet, 355 und 357.

¹⁴⁴ Dessemontet, 356.

¹⁴⁵ Dessemontet, 357.

¹⁴⁶ Dessemontet, 357.