

# Liechtensteinisches Landesgesetzblatt

Jahrgang 2024

Nr. 492

ausgegeben am 23. Dezember 2024

## Gesetz

vom 8. November 2024

### über die Abänderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:<sup>1</sup>

#### I.

##### Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 22. Oktober 1992 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), LGBL 1992 Nr. 121, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Art. 1a Abs. 1 Bst. r bis t

- 1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet:
- r) "Produkte": jede Ware oder Dienstleistung, einschliesslich Immobilien, digitaler Dienstleistungen und digitaler Inhalte, Rechten und Verpflichtungen;
  - s) "Ranking": die relative Hervorhebung von Produkten, wie sie vom Unternehmer dargestellt, organisiert oder kommuniziert wird, unabhängig von den technischen Mitteln, die für die Darstellung, Organisation oder Kommunikation verwendet werden;

---

<sup>1</sup> Bericht und Antrag der Regierung Nr. 81/2024

- t) "Online-Marktplatz": ein Dienst der es Konsumenten durch die Verwendung von Software, einschliesslich einer Internetseite, eines Teils einer Internetseite oder einer Anwendung, die vom oder im Namen des Unternehmers betrieben wird, ermöglicht, Fernabsatzverträge mit anderen Unternehmern oder Konsumenten, abzuschliessen.

Art. 8b Abs. 1 Bst. d

- 1) Unlauter handelt insbesondere, wer:
- d) eine Ware vermarktet, die als identisch mit einer in anderen EWR-Mitgliedstaaten vermarkteten Ware gilt, obgleich sich diese Waren in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden, sofern dies nicht durch legitime und objektive Faktoren gerechtfertigt ist.

Art. 8c Abs. 4 Bst. e und g sowie Abs. 5 und 6

4) Werden Konsumenten Waren, Werke oder Leistungen zum Kauf angeboten, gelten folgende Informationen als wesentlich im Sinne von Abs. 1:

- e) die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, falls sie von den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt abweichen;
- g) bei Anbieten von Produkten auf Online-Marktplätzen die Information des Anbieters eines Online-Marktplatzes, ob es sich bei einem Dritten, der Produkte auf diesem Online-Marktplatz anbietet, um einen Unternehmer handelt oder nicht, auf der Grundlage der Erklärung dieses Dritten gegenüber dem Anbieter des Online-Marktplatzes.

5) Wenn Konsumenten die Möglichkeit geboten wird, mithilfe eines Stichworts, einer Wortgruppe oder einer anderen Eingabe nach Produkten zu suchen, die von verschiedenen Unternehmern oder von Konsumenten angeboten werden, gelten unabhängig davon, wo Rechtsgeschäfte letztendlich abgeschlossen werden, allgemeine Informationen, die die Hauptparameter für die Festlegung des Rankings der dem Konsumenten im Ergebnis der Suche vorgeschlagenen Produkte, sowie die relative Gewichtung dieser Parameter im Vergleich zu anderen Parametern betreffen, als wesentlich im Sinne des Abs. 1. Diese Informationen sind in einem Bereich der Online-Benutzeroberfläche zur Verfügung zu stellen, der von der Seite, auf der die Suchergebnisse angezeigt werden, unmittelbar und leicht zugänglich ist.

6) Wenn ein Unternehmer Konsumentenbewertungen von Produkten zugänglich macht, gelten Informationen darüber, ob und wie der Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von Konsumenten stammen, die die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben, als wesentlich im Sinne des Abs. 1.

#### Anhang Ziff. 11a und 23a bis 23c

- 11a. Die Anzeige von Suchergebnissen aufgrund der Online-Suchanfrage eines Konsumenten, ohne dass etwaige bezahlte Werbung oder spezielle Zahlungen, die dazu dienen, ein höheres Ranking der jeweiligen Produkte im Rahmen der Suchergebnisse zu erreichen, eindeutig offengelegt werden.
- 23a. Der Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen an Konsumenten, wenn der Unternehmer diese Eintrittskarten unter Verwendung automatisierter Verfahren erworben hat, die dazu dienen, Beschränkungen in Bezug auf die Zahl der von einer Person zu erwerbenden Eintrittskarten oder andere für den Verkauf der Eintrittskarten geltende Regeln zu umgehen.
- 23b. Die Behauptung, dass Bewertungen eines Produkts von Konsumenten stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass angemessene und verhältnismässige Schritte unternommen wurden, um zu prüfen, ob die Bewertungen wirklich von solchen Konsumenten stammen.
- 23c. Die Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen von Konsumenten oder die Erteilung des Auftrags an andere juristische oder natürliche Personen, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen von Konsumenten abzugeben, sowie die falsche Darstellung von Konsumentenbewertungen oder Empfehlungen in sozialen Medien zu Zwecken der Verkaufsförderung.

## II.

### Umsetzung von EWR-Rechtsvorschriften

Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2019/2161 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. November 2019 zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union (Abl. L 328 vom 18.12.2019, S. 7).

### III.

#### Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Gesetz vom 8. November 2024 über die Abänderung des Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetzes in Kraft.

In Stellvertretung des Landesfürsten:

gez. *Alois*

Erbprinz

gez. *Dr. Daniel Risch*

Fürstlicher Regierungschef