

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 10 (1997)
Heft: 11

Artikel: Migros' Taschentrick : das Plagiat einer Tasche hat dem Grossverteiler Ärger und Imageschaden eingebracht
Autor: Locher, Adalbert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120679>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 28.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Bild: Ralf Michel



«Freitag»-Taschen
hergestellt in der Schweiz
rezykliertes Material (Lastwagen-
Blachen, Veloschlauch-Gummi,
Auto-Sicherheitsgurten)
ausser Klettverschluss
Taschenabteil innen mit
Klettverschluss
Preis: 150 Franken

«Donnerstag»-Taschen
hergestellt in China
neues Material (beschichtete
Textilien, Gurten, Schnallen)
Logo an der gleichen Stelle wie bei
«Freitag»-Taschen
ähnliches, aber nicht schnittmuster-
getreues Aussehen
ausser Klettverschluss
Taschen innen mit Reissverschluss
Preis: 25 Franken

Migros' Taschentrick

Als Marke «Donnerstag» verkaufte die Migros 900 Taschen, die denjenigen der Marke «Freitag» ähnlich sind.

Goliath geriet diesmal an den Falschen: Die Kleinunternehmer Freitag fanden publizitätsträchtig Sympathie, den Imageschaden hat die Migros, die den Verkauf der Taschen mittlerweile eingestellt hat.

Die Migros war von jeher nicht zimperlich, wenn es ums Trittbrettfahren auf erfolgreichen Marken ging. Geläufiges Beispiel ist der koffeinfreie Kaffee Hag, den die Migros als Kaffee Zaun imitiert hat. Als Giandor ist eine der Frigor ähnliche Schokolade zu haben. Sowohl der Geschmack als auch die Form der Tafel und ihre Verpackung gleichen sich stark. Mivella statt Rivella, Passinel statt Passaia sind weitere Beispiele. Und nun die Tasche «Donnerstag» als Imitat oder besser wohl Plagiat der «Freitag»-Taschen.

Schwacher Rechtsschutz

Rechtliche Handhabe zum Schutz vor Plagiaten bieten Markenschutzbestimmungen und Vorschriften zum Schutz vor unlauterem Wettbewerb. Zwischen erlaubter Nachahmung (Imitation) und geistigem Diebstahl (Plagiat) liegt aber eine juristische Grauzone. Auch wenn Marken-, Muster- und Modellschutz vorliegen, muss dieses Recht durchgesetzt werden – gerade, wenn eine Kleinfirma einem Unternehmen wie der Migros gegenübersteht.

Bei Anleihen von Markennamen steckt der Teufel im Detail. Marcel Luchsinger, Rechtsberater der Gebrüder Freitag, weist daraufhin, dass beim Fall Passinel und Passaia kaum eine belangbare Verletzung des Markenrechts vorliegt, da beide Getränke aus der Passionsfrucht hergestellt wurden. Der Name der Frucht sei Allgemeingut, die Silbe «Pass-» deshalb nicht schützbar, die Endsilben «-inel» und «-aia» nicht verwechselbar. Bei Mivella und Rivella liege vermutlich ein Übereinkommen mit dem Rivella-Hersteller vor, andernfalls würde er die Markenleihe Mivella als anfechtbar beurteilen.

Laut Luchsinger geht die Migros heute behutsamer vor als früher und vermeidet Gefechte mit Markennamen, da diese besser schützbar sind als das Produkt selbst. So lässt sie Schokoriegel unter Namen laufen, die sich phonetisch und sinngemäss klar von Konkurrenzprodukten unterscheiden.

Zu augenfällig

Den Zwist «Donnerstag»/«Freitag» stuft Luchsinger als Rückfall ein. Es liege ei-

ne klare markenrechtliche Verletzung vor. Ungeachtet des visuellen, inhaltlichen und phonetischen Unterschieds bestehe zwischen dem Markennamen «Donnerstag» und dem Herstellermarken «Freitag» Verwechslungsgefahr. Den Standpunkt der Migros, es handle sich um eine zufällige Bezeichnung mit einem Wochentag, der als Allgemeingut nicht schützbar sei, und die Abweichung vom Original sei für einen Plagiatvorwurf zu gross, hält er nicht für stichhaltig. Zum einen ist die Ähnlichkeit augenfällig, der Muster- und Modellschutz dürfte wirken. Zum andern ist das Wort «Freitag» als Marke eingetragen. Wäre die Argumentation der Migros richtig, hätte auch der Name Freitag nicht geschützt werden können.

Die Katze lässt das Mäusen nicht

Von der Rechtsabteilung des Detailriesen war keine Stellungnahme zu erhalten. Auch bei den Patentanwälten Zimmerli Wagner und Partner, die sich auf Seiten der Migros mit dem Fall befassen, wollte sich niemand äussern. Migros-Pressesprecherin Maja Amrein wiederholte gegenüber Hochparterre die in der Sendung «10vor10» vorgetragene, abwiegelnde Position. Sie räumte immerhin einen Fehler des Produktmanagers ein, den sie nicht nennen wollte, und bedauerte, dass eine Kleinfirma in Mitleidenschaft gezogen worden sei. Die 900 produzierten «Donnerstag»-Taschen seien bereits verkauft, es würden keine weiteren bestellt. Die Migros habe zweifelsohne einen Imageschaden davon getragen. Der oberste Chef Nonfood beim Migros-Genossenschaftsbund, Hermann Hasen, war für eine Stellungnahme zur Geschäftsethik der Migros nicht zu erreichen.

Freitags dritter Fall

Dani und Markus Freitag kennen das Problem. Der Jeansproduzent Lee hatte schon früher eine ihrer Taschen schnittmustergetreu, mit Unterschieden beim Material nachgemacht. Dies hatte Freitags bewogen, sich rechtlich besser zu schützen. Zurzeit setzen sie sich zudem mit einer deutschen Versandfirma auseinander, die ebenfalls ein «Freitag»-Imitat vertreibt.

Die beiden nehmen den neusten Fall gelassen hin. Erstens hat er ihnen Publizität gebracht. Zweitens fühlen sie sich juristisch gewappnet. Und drittens sei die Qualität der Produkte ihr bester Schutz. Belegt ist diese wohl auch dadurch, dass die zwei Brüder um ein Haar den Design Preis Schweiz 97 gewonnen hätten. «Freitag»-Taschen können übrigens auf Internet via www.freitag.ch angeschaut werden.

Adalbert Locher