

# Migros' Taschentrick : das Plagiat einer Tasche hat dem Grossverteiler Ärger und Imageschaden eingebracht

Autor(en): **Locher, Adalbert**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **10 (1997)**

Heft 11

PDF erstellt am: **26.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-120679>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



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 würden. 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 Herstellernamen «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 schnittmuster genau, 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](http://www.freitag.ch) angeschaut werden.

Adalbert Locher