

Filme (29): Don't say Velcro!

1496



ARNOLD F. RUSCH*

Viele Amerikaner nennen Klettverschlüsse «Velcro», obwohl dieser Begriff eigentlich nur für die Produkte aus dem Hause Velcro steht. Damit die Marke nicht zur generischen Bezeichnung eines Produktes zerfällt und verloren geht, haben die Velcro-Anwälte einen cleveren Schachzug gewählt: Sie sangen in einem Youtube-Video ein ganz spezielles Lied!

Wir alle kennen den Klettverschluss mitsamt dem typischen Reiss-Geräusch – sei es auf Kleidern oder auf Schuhen: Haben Sie auch gewusst, dass ein Schweizer ihn erfunden hat? Der Waadtländer George de Mestral (1907–1990) aus Saint-Saphorin-sur-Morges war ein leidenschaftlicher Jäger. Er stellte dabei fest, dass seine Kleider und seine Hunde häufig Kletten einfingen, die im Fell und Stoff richtiggehend festsassen. Als neugieriger Ingenieur – er hat an der EPFL in Lausanne Maschinenbau studiert – untersuchte er die Kletten unter dem Mikroskop. De Mestral entdeckte dabei die winzigen Widerhaken,

die den sagenhaften Halt ausmachen. So kam er auf die Idee des Klettverschlusses, doch erst nach langem Tüfteln fand er Nylon als passendes Material und entwickelte geeignete Herstellungsverfahren. Er liess die Erfindung 1951 in der Schweiz und im darauffolgenden Jahr auch in Amerika patentieren.¹ 1958 meldete er die verbesserte und heute noch gängige Version zum Patent an.² Bei dieser liegen Haken und Ösen getrennt auf je einer Seite des Verschlusses.

Der Klettverschluss weist gegenüber herkömmlichen Lösungen die Vorteile der Leichtigkeit und des narrensicheren Gebrauchs auf: So trugen beispielsweise die Astronauten der NASA ihre Uhren mit Klettverschlüssen – auch über dem klobigen Raumanzug! Für seine Erfindung verwendete de Mestral die Marke *Velcro*: Ein Kunstwort, das sich aus den Begriffen *velours* für Samt und *crochet*

für Haken zusammensetzt. Zu diesem Zweck gründete er eine Firma, die er später mitsamt den Patenten veräusserte. Die Velcro-Unternehmensgruppe³ existiert nach wie vor und beschäftigt weltweit 2'500 Menschen.

Die Marke Velcro ist in der Schweiz nicht so sehr bekannt. In Amerika hingegen ist sie stark verbreitet – so stark, dass sie sogar Teil des allgemeinen Sprachgebrauchs bildet. Was früher für ein spezifisches Produkt der Marke Velcro stand, hat sich in Amerika zu einem normalen Wort für einen Klettverschluss gewandelt. Gleichermaßen musste schon Sony erleben. Sony hat die Marke Walkman verloren, weil sie sich zu einem generischen Begriff – einem Freizeichen – für einen mobilen Kassettenspieler gemauert und Sony dagegen keine Anstrengungen unternommen hat.⁴ Das gleiche Schicksal ereilte in der Schweiz das

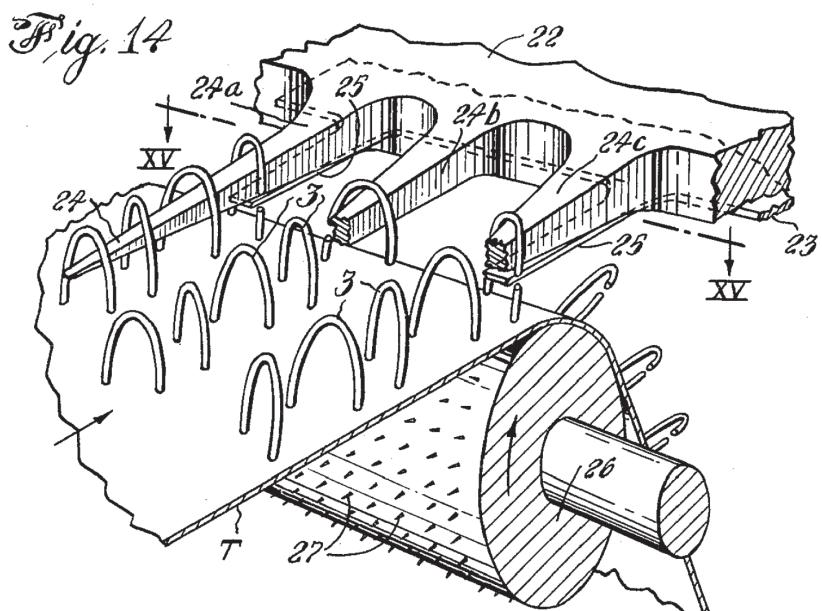


FIG. 14 is a fragmentary view, in perspective, of a device for cutting the loops so as to form hooks (US Patent No 3'009'235).

¹ US Patent 2'717'437, Velvet type fabric and method of producing same, Internet: <https://patentimages.storage.googleapis.com/dd/e5/a7/d781d1d7a5dbdf/US2717437.pdf> (Abruf 1.10.2020).

² US Patent 3'009'235, Separable fastening device, Internet: <https://patentimages.storage.googleapis.com/7a/b7/68/d30f4099e5bf3b/US3009235.pdf> (Abruf 1.10.2020).

³ Internet: <http://www.velcro.com/> (Abruf 1.10.2020).

⁴ Oberster Gerichtshof Österreich, 4 Ob 269/01, 29.1.2002, in: GRUR Int 2003, 358: «Zutreffend sind die Vorinstanzen auch davon ausgegangen, dass dieser Funktionsverlust der Kl. als Markeninhaberin i.S.d. § 33b MSchG zurechenbar ist. Sie ist zwar gegen Markenverletzungen einzelner

* ARNOLD F. RUSCH, Prof. Dr. iur., LL.M., Rechtsanwalt, Universität St. Gallen. Ich danke meiner Tante Theresa Stöckli-Rusch für den Hinweis auf George de Mestral und dessen Erfindung; sie hat einst als Au-Pair bei ihm gearbeitet.



Die Velcro-Anwälte singen aus voller Kehle (Screenshot Youtube).

Brettspiel «Eile mit Weile»,⁵ die Marke Spandex⁶ für elastische Bekleidung und Uhrwerken der Marke «Rosskopf».⁷

Diese Gefährdung und den drohenden Verlust der Marke konnten die Strategen bei Velcro natürlich nicht auf sich sitzenlassen. Sie wählten zu diesem Zweck im Jahre 2017 eine ziemlich unübliche und reichlich abgefahrene Gegenstrategie: Sie liessen ihre Anwälte auf Youtube das Lied *Don't say Velcro* singen:

*We're a company that's so successful
that everywhere you go
You see a scratchy, hairy fastener
and you say, «Hey, that's Velcro!»
But even though we invented this
stuff, our patent lapsed 40 years ago
Now, no matter who else makes it –
you still wanna call it «Velcro».*

Der Song enthält die klare Botschaft, nur einen echten Velcro-Klettverschluss als «Velcro» zu bezeichnen, um die Marke als Herkunftshinweis des Klettverschlusses zu verteidigen:

*And we know that this is confusing,
because Velcro brand is who we are
But if you call it «Velcro», we're
gonna lose that circled «R».*

Der Song ist äusserst eingängig und hat sich selbstständig in den Medien stark verbreitet. Allein auf Youtube haben ihn schon über 827'281 Personen gehört und gesehen.⁸ Das ist recht clever, denn die Lehrbücher schlagen als Gegenmittel zur Freizeichenbildung einzig teure Werbekampagnen⁹ vor!

⁵ Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=rRi8LptvFZY> (Abruf 1.10.2020). Die Anwälte haben mittlerweile sogar einen *Thank You For Your Feedback Song* eingespielt, Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=ZLWMQLMiTPk> (Abruf 1.10.2020).

⁶ NICOLAS ROUILLER, International Business Law, An introduction to the legal instruments and to legal environment of business from an international perspective, Zürich 2015, 341: «*Through a very intense marketing campaign, it is possible for a manufacturer to reestablish in the public the association between the expression and its particular company; if this campaigning is successful, the expression, which has recovered its distinctive character, can enjoy again the protection as trademark.*»

⁵ BGE 114 II 171 E. 2 (Eile mit Weile).

⁶ BGE 94 II 44 E. 6 (Spandex).

⁷ BGE 46 II 416 E. 2 (Rosskopf-Uhren).