

Fr, 03.08.2012, 14:13 - wi bdt dpa
nwf0058 3 wi 577 lnw 0858
erd305 3 wi 577 dpa-euro 0858
bdt0448 3 wi 577 dpa 0858

Stichwörter: Computer, Software, Handel, Markenrecht (Zusammenfassung 1400 - Neu: Markenrechtsexperte) Kein «Metro» in Windows 8 - Microsoft reagiert auf Markenkonflikt (Mit Bild)

Ein neues Kacheldesign, bisher unter dem Namen Metro bekannt, ist die sichtbarste Neuerung von Windows 8. Jetzt hat Microsoft plötzlich den Namen geändert. Grund ist ein Markenkonflikt mit dem deutschen Handelsriesen Metro.

Redmond/Düsseldorf (dpa) - Angesichts eines drohenden Markenkonfliktes mit dem deutschen Handelskonzern Metro hat Microsoft überraschend den Namen für einen zentralen Teil seines neuen PC-Betriebssystems Windows 8 geändert. Statt der eingängigen Bezeichnung «Metro» heißt die grafische Benutzeroberfläche jetzt «Windows 8-style UI». Hintergrund ist ein Vorstoß des deutschen Handelsriesen Metro. Einen entsprechenden Bericht des Online-Magazins «Ars Technica» bestätigte am Freitag ein Branchen-Insider der Nachrichtenagentur dpa.

Ein Sprecher des Handelskonzerns Metro sagte in Düsseldorf: «Wir kommentieren grundsätzlich keine Marktgerüchte.» Auf Nachfrage erklärte er, dass Metro sicherlich eine schützenswerte Marke sei, wie dies für jeden anderen Unternehmensnamen auch gelte.

Knapp drei Monate vor Einführung von Windows 8 war auch Microsoft bemüht, den Konflikt herunterzuspielen. Der Name Metro sei in der Phase der Produktentwicklung nur als Codename, also gewissermaßen als Arbeitstitel, verwendet worden, erklärte ein Sprecher des Software-Konzerns in Redmond bei Seattle. Jetzt gehe man zu kommerziellen Bezeichnungen über. Allerdings hat Microsoft bereits am Mittwoch die fertige Windows-8-Software an die ersten PC-Hersteller ausgeliefert - da wurde die Benutzeroberfläche noch als «Metro» bezeichnet.

«Ars Technica» berichtete unter Berufung auf informierte Kreise, dass Microsoft rechtliche Konsequenzen wegen Verletzung der Handelsmarke Metro angedroht worden seien. Daher habe die Rechtsabteilung des Software-Herstellers die weitere Verwendung des Begriffs Metro gestoppt. Stattdessen werde nun im Zusammenhang mit Windows-8-Anwendungen der Begriff «Windows 8-style UI» verwendet - UI ist die Abkürzung für «User Interface» (Benutzeroberfläche). In Zusammenhang mit den weiteren Microsoft-Produkten werde das Design nun als «New User Interface» bezeichnet.

Das Markengesetz regelt den Schutz einer Marke innerhalb von bestimmten Klassen von Waren und Dienstleistungen - der Schutz erstreckt sich nur auf Produkte derjenigen Klasse, für die eine Marke registriert wurde. «Auf Basis der mir bisher bekannten Hintergründe hätte ich ernstzunehmende Zweifel, ob Metro wirklich eine Verletzung seiner Marken- und Kennzeichenrechte hätte durchsetzen können», sagte der Hamburger Rechtsanwalt und Markenrechtsexperte Christian Engelhardt von der Kanzlei Latham & Watkins.

«Die Entscheidung von Microsoft hat aber vermutlich eher kaufmännische als rechtliche Hintergründe», sagte Engelhardt. Mit ihren Elektrohändlernetzen Media Markt und Saturn ist die Metro AG ein wichtiger Partner von Microsoft im deutschen Markt.

Nach Informationen von dpa erfolgte die Namensänderung, bevor die Justiz mit dem Markenstreit befasst wurde. In der IT-Branche überziehen sich mehrere konkurrierende Unternehmen zurzeit mit Prozessen wegen der Verletzung von technischen Patenten und Geschmacksmustern. Am heftigsten tobt dieser Rechtsstreit zwischen Apple und Samsung um das Design von Tablet-Computern und Smartphones.

Die Bezeichnung «Metro» hat Microsoft seit 2006 als internen Codenamen für die technische Plattform zur Darstellung von digitalen Inhalten verwendet. Zu den Design-Prinzipien gehört die Ablösung der bisherigen Datei- und Programmsymbole (Icons) durch kachelartige Rechtecke. Bei der Steuerung der Oberfläche spielen Animationen und Übergänge eine große Rolle. Vor Windows 8 ist diese Oberfläche bereits für das Smartphone-Betriebssystem Windows Phone umgesetzt worden, das im November 2010 eingeführt wurde. Dabei hat Microsoft die Bezeichnung «Metro» nicht nur intern, sondern auch in der öffentlichen Werbung für seine Produkt breit eingesetzt.

dpa-Notizblock

Internet

- [Bericht «Ars Technica»] (<http://dpaq.de/WqjhP>)

Copyright: dpa

<http://www.dpa-news.de/mediaobject.jsf?moid=32048271>