



BUNDESPATENTGERICHT

17 W (pat) 6/16

Verkündet am
20. Februar 2018

(Aktenzeichen)

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

betreffend die Patentanmeldung 10 2012 100 638.5

...

hat der 17. Senat (Technischer Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. Februar 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dipl.-Phys. Dr. Morawek, der Richterin Eder, des Richters Dipl.-Ing. Baumgardt und des Richters Dipl.-Ing. Hoffmann

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die vorliegende Patentanmeldung wurde am 26. Januar 2012 beim Deutschen Patent- und Markenamt eingereicht. Sie trägt die Bezeichnung:

„Verfahren und Vorrichtung zur Steuerung der Anzeige
von Zusatzinformationen in einem E-Shop-System“.

Die Anmeldung wurde durch Beschluss der Prüfungsstelle für Klasse G06Q in der Anhörung vom 25. November 2015 zurückgewiesen. Die Prüfungsstelle führte zur Begründung der Zurückweisung aus, dass der damals geltende Patentanspruch 1 des Hauptantrags sowie die damals geltenden Patentansprüche 1 nach den Hilfsanträgen 1 bis 6 ohne erfinderische Tätigkeit für ihren Gegenstand erzielbar und daher nicht gewährbar seien.

Gegen diesen Beschluss ist die Beschwerde der Anmelderin gerichtet.

Der Vertreter der Anmelderin stellte den Antrag,

den angegriffenen Beschluss aufzuheben und das nachgesuchte Patent mit folgenden Unterlagen zu erteilen:

gemäß **Hauptantrag** mit

Patentansprüchen 1 – 16 vom 21.01.2013,
Beschreibung Seiten 1 – 30 und
9 Blatt Zeichnungen mit Figuren 1 bis 9, jeweils vom Anmeldetag;

gemäß **Hilfsantrag 1** mit

Patentansprüchen 1 – 16 vom 25.11.2015,
Beschreibung und Zeichnungen wie Hauptantrag;

gemäß **Hilfsantrag 2** mit

Patentansprüchen 1 – 16 vom 25.11.2015,
Beschreibung und Zeichnungen wie Hauptantrag;

gemäß **Hilfsantrag 3** mit

Patentansprüchen 1 – 16 vom 25.11.2015,
Beschreibung und Zeichnungen wie Hauptantrag;

gemäß **Hilfsantrag 3a** mit

Patentansprüchen 1 – 16 vom 18.07.2017,
Beschreibung und Zeichnungen wie Hauptantrag;

gemäß **Hilfsantrag 4** mit

Patentansprüchen 1 – 16 vom 25.11.2015,
Beschreibung und Zeichnungen wie Hauptantrag;

gemäß **Hilfsantrag 5** mit

Patentansprüchen 1 – 14 vom 25.11.2015,
Beschreibung und Zeichnungen wie Hauptantrag;

gemäß **Hilfsantrag 6** mit

Patentansprüchen 1 – 14 vom 25.11.2015,
Beschreibung und Zeichnungen wie Hauptantrag.

Weiterhin beantragte er die Rückzahlung der Beschwerdegebühr.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hauptantrags** (hier mit einer denkbaren Gliederung versehen) lautet:

M1.0 Verfahren zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind,
umfassend

M1.1 ein Client-System,

M1.1.1 das die Zusatzinformationen verwaltet und

M1.1.2 das über ein Netzwerk mit dem E-Shop-System verbunden ist;

M1.2 Hinterlegen einer Einstellung auf dem Client-System, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen, die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen;

M1.3 Nach dem Aufbau einer Netzwerkverbindung eines Endgerätes mit dem E-Shop-System, Anfragen vom E-Shop-System beim Client-System einer Session-ID, über die das Endgerät während der Sitzung eindeutig identifizierbar ist und die bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System in Bezug zu dem Endgerät zur Identifikation übermittelt wird;

M1.4 bei jeder Produkthanfrage durch das Endgeräte beim E-Shop-System erfolgt ein Übermitteln von Produkt-Identifikatoren, insbesondere der GTIN, vom E-Shop-System an das Clients-System in Verbindung mit der Session-ID;

M1.5 Bestimmen der Zusatzinformationen durch das Client-System auf der Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren, unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung,

- M1.6 Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen, welches vorzugsweise mittels eines iFrames in E-Shop-Templates integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung;
- M1.7 Einbetten der Zusatzinformation, insbesondere der Links auf die Zusatzinformationen durch das E-Shop-System in die E-Shop-Seite und übermitteln dieser an das Endgerät.

Zu den Ansprüchen 2 bis 16 des Hauptantrags wird auf die Akte verwiesen.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 1** (hier mit einer denkbaren Gliederung und der Kennzeichnung der Unterschiede zu Anspruch 1 nach Hauptantrag versehen) lautet:

M1.0 Verfahren zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind, umfassend

M1.1(1) ein Client-System einen Zentral-Server und mehrere Client-Systeme,

M1.1.1(1) das die Zusatzinformationen verwaltet die die Zusatzinformationen für die jeweiligen E-Shop-Systeme verwaltet und

M1.1.2(1) das über ein Netzwerk mit dem E-Shop-System verbunden ist die über ein Netzwerk mit den E-Shop-Systemen jeweils verbunden sind:

M1.2(1) Hinterlegen einer Einstellung auf dem Client-System den Client-Systemen durch den Zentral-Server, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen, die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen, wobei die Einstellung

und Festlegung durch einen Benutzer zentral auf dem Zentral-Server vorgenommen werden;

- M1.3 Nach dem Aufbau einer Netzwerkverbindung eines Endgerätes mit dem E-Shop-System, Anfragen vom E-Shop-System beim Client-System einer Session-ID, über die das Endgerät während der Sitzung eindeutig identifizierbar ist und die bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System in Bezug zu dem Endgerät zur Identifikation übermittelt wird;
- M1.4 bei jeder Produkthanfrage durch das Endgeräte beim E-Shop-System erfolgt ein Übermitteln von Produkt-Identifikatoren, insbesondere der GTIN, vom E-Shop-System an das Clients-System in Verbindung mit der Session-ID;
- M1.5 Bestimmen der Zusatzinformationen durch das Client-System auf der Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren, unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung,
- M1.6 Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen, welches vorzugsweise mittels eines iFrames in E-Shop-Templates integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung;
- M1.7 Einbetten der Zusatzinformation, insbesondere der Links auf die Zusatzinformationen durch das E-Shop-System in die E-Shop-Seite und übermitteln dieser an das Endgerät.

Zu den Ansprüchen 2 bis 16 des Hilfsantrags 1 wird auf die Akte verwiesen.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 2** (hier ebenfalls mit einer denkbaren Gliederung sowie der Kennzeichnung der Unterschiede zu Anspruch 1 nach Hilfsantrag 1 versehen) lautet:

M1.0 Verfahren zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind,

umfassend

M1.1(1) einen Zentral-Server und mehrere Client-Systeme,

M1.1.1(1) die die Zusatzinformationen für die jeweiligen E-Shop-Systeme verwalten und

M1.1.2(1) die über ein Netzwerk mit den E-Shop-Systemen jeweils verbunden sind:

M1.2(2) Hinterlegen einer Einstellung auf den Client-Systemen durch den Zentral-Server, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum, ~~und/oder~~ auf welchen E-Shop-Systemen, und für welche Produkte oder Produktgruppen die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen, wobei die Einstellung und Festlegung durch einen Benutzer zentral auf dem Zentral-Server vorgenommen werden;

M1.3 Nach dem Aufbau einer Netzwerkverbindung eines Endgerätes mit dem E-Shop-System, Anfragen vom E-Shop-System beim Client-System einer Session-ID, über die das Endgerät während der Sitzung eindeutig identifizierbar ist und die bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System in Bezug zu dem Endgerät zur Identifikation übermittelt wird;

M1.4 bei jeder Produkthanfrage durch das Endgeräte beim E-Shop-System erfolgt ein Übermitteln von Produkt-Identifikatoren, insbesondere der GTIN, vom E-Shop-System an das Clients-System in Verbindung mit der Session-ID;

M1.5 Bestimmen der Zusatzinformationen durch das Client-System auf der Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren, unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung,

M1.6 Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen, welches vorzugsweise mittels eines iFrames in E-Shop-Templates integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung;

M1.7 Einbetten der Zusatzinformation, insbesondere der Links auf die Zusatzinformationen durch das E-Shop-System in die E-Shop-Seite und übermitteln dieser an das Endgerät.

Zu den Ansprüchen 2 bis 16 des Hilfsantrags 2 wird auf die Akte verwiesen.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 3** (hier ebenfalls mit einer denkbaren Gliederung sowie der Kennzeichnung der Unterschiede zu Anspruch 1 nach Hilfsantrag 1 versehen) lautet:

M1.0 Verfahren zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind,

umfassend

M1.1(1) einen Zentral-Server und mehrere Client-Systeme,

M1.1.1(1) die die Zusatzinformationen für die jeweiligen E-Shop-Systeme verwalten und

M1.1.2(1) die über ein Netzwerk mit den E-Shop-Systemen jeweils verbunden sind:

M1.2(1) Hinterlegen einer Einstellung auf den Client-Systemen durch den Zentral-Server, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen, wobei die Einstellung und Festlegung durch einen Benutzer zentral auf dem Zentral-Server vorgenommen werden;

M1.3 Nach dem Aufbau einer Netzwerkverbindung eines Endgerätes mit dem E-Shop-System, Anfragen vom E-Shop-System beim Client-System einer Session-ID, über die das Endgerät während der Sitzung eindeutig identifizierbar ist und die bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System in Bezug zu dem Endgerät zur Identifikation übermittelt wird;

- M1.4 bei jeder Produkthanfrage durch das Endgeräte beim E-Shop-System erfolgt ein Übermitteln von Produkt-Identifikatoren, insbesondere der GTIN, vom E-Shop-System an das Clients-System in Verbindung mit der Session-ID;
- M1.5 Bestimmen der Zusatzinformationen durch das Client-System auf der Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren, unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung,
- M1.6(3) Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen, welches ~~vorzugsweise~~ mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML-Code integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung;
- M1.7(3) Einbetten der Zusatzinformation, insbesondere der Links auf die Zusatzinformationen ~~durch das E-Shop-System in die E-Shop-Seite~~ mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML auf einer relativ hohen Software-Ebene in die E-Shop-Seite durch das E-Shop-System und übermitteln dieser an das Endgerät.

Zu den Ansprüchen 2 bis 16 des Hilfsantrags 3 wird auf die Akte verwiesen.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 3a** stimmt mit dem Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 3 überein mit dem einzigen Unterschied, dass das Merkmal M1.7(3) ersatzlos gestrichen wurde.

Zu den Ansprüchen 2 bis 16 des Hilfsantrags 3a wird auf die Akte verwiesen.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 4** (hier ebenfalls mit einer denkbaren Gliederung sowie der Kennzeichnung der Unterschiede zu Anspruch 1 nach Hilfsantrag 3 versehen) lautet:

M1.0 Verfahren zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind,

umfassend

M1.1(1) einen Zentral-Server und mehrere Client-Systeme,

M1.1.1(1) die die Zusatzinformationen für die jeweiligen E-Shop-Systeme verwalten und

M1.1.2(1) die über ein Netzwerk mit den E-Shop-Systemen jeweils verbunden sind:

M1.2(1) Hinterlegen einer Einstellung auf den Client-Systemen durch den Zentral-Server, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen, wobei die Einstellung und Festlegung durch einen Benutzer zentral auf dem Zentral-Server vorgenommen werden;

M1.3 Nach dem Aufbau einer Netzwerkverbindung eines Endgerätes mit dem E-Shop-System, Anfragen vom E-Shop-System beim Client-System einer Session-ID, über die das Endgerät während der Sitzung eindeutig identifizierbar ist und die bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System in Bezug zu dem Endgerät zur Identifikation übermittelt wird;

M1.4 bei jeder Produkthanfrage durch das Endgeräte beim E-Shop-System erfolgt ein Übermitteln von Produkt-Identifikatoren, insbesondere der GTIN, vom E-Shop-System an das Clients-System in Verbindung mit der Session-ID;

M1.5 Bestimmen der Zusatzinformationen durch das Client-System auf der Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren, unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung,

M1.6(3) Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung

und Integration von Zusatzinformationen, welches mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML-Code integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung;

M1.7(4) Einbetten der Zusatzinformation, als Links auf die Zusatzinformationen mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML-Code auf einer relativ hohen Software-Ebene in die E-Shop-Seite durch das E-Shop-System und übermitteln dieser an das Endgerät, wobei Bilddaten direkt vom Client-Server abgerufen werden und nicht über den E-Shop-Server.

Zu den Ansprüchen 2 bis 16 des Hilfsantrags 4 wird auf die Akte verwiesen.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 5** (hier ebenfalls mit einer denkbaren Gliederung sowie der Kennzeichnung der Unterschiede zu Anspruch 1 nach Hauptantrag versehen) lautet:

M1.0 Verfahren zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind, umfassend

M1.1 ein Client-System,

M1.1.1 das die Zusatzinformationen verwaltet und

M1.1.2 das über ein Netzwerk mit dem E-Shop-System verbunden ist;

M1.2 Hinterlegen einer Einstellung auf dem Client-System, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen, die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen;

M1.3 Nach dem Aufbau einer Netzwerkverbindung eines Endgerätes mit dem E-Shop-System, Anfragen vom E-Shop-System beim Client-System einer Session-ID, über die das Endgerät während der Sitzung eindeutig identifi-

- zierbar ist und die bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System in Bezug zu dem Endgerät zur Identifikation übermittelt wird;
- M1.4 bei jeder Produkthanfrage durch das Endgeräte beim E-Shop-System erfolgt ein Übermitteln von Produkt-Identifikatoren, insbesondere der GTIN, vom E-Shop-System an das Clients-System in Verbindung mit der Session-ID;
- M1.5 Bestimmen der Zusatzinformationen durch das Client-System auf der Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren, unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung,
- M1.6 Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen, welches vorzugsweise mittels eines iFrames in E-Shop-Templates integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung;
- M1.7(5) Einbetten der Zusatzinformation, insbesondere der Links auf die Zusatzinformationen durch das E-Shop-System in die E-Shop-Seite und übermitteln dieser an das Endgerät, wobei das Client-System regelmäßig Anfragen auf dem E-Shop-System für die Produkte durchführt, für die Zusatzinformationen vorhanden sind, um zu Prüfen, ob das Produkt noch lieferbar ist, sollte das Produkt nicht lieferbar sein, so werden auch keine Zusatzinformationen bei Anfragen des E-Shop-Systems bereitgestellt.

Zu den Ansprüchen 2 bis 14 des Hilfsantrags 5 wird auf die Akte verwiesen.

Der geltende **Patentanspruch 1 des Hilfsantrags 6** (hier ebenfalls mit einer denkbaren Gliederung sowie der Kennzeichnung der Unterschiede zu Anspruch 1 nach Hauptantrag versehen) lautet:

- M1.0 Verfahren zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind, umfassend
- M1.1 ein Client-System,
M1.1.1 das die Zusatzinformationen verwaltet und
M1.1.2 das über ein Netzwerk mit dem E-Shop-System verbunden ist;
- M1.2 Hinterlegen einer Einstellung auf dem Client-System, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen, die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen;
- M1.3 Nach dem Aufbau einer Netzwerkverbindung eines Endgerätes mit dem E-Shop-System, Anfragen vom E-Shop-System beim Client-System einer Session-ID, über die das Endgerät während der Sitzung eindeutig identifizierbar ist und die bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System in Bezug zu dem Endgerät zur Identifikation übermittelt wird;
- M1.4 bei jeder Produkthanfrage durch das Endgeräte beim E-Shop-System erfolgt ein Übermitteln von Produkt-Identifikatoren, insbesondere der GTIN, vom E-Shop-System an das Clients-System in Verbindung mit der Session-ID;
- M1.5 Bestimmen der Zusatzinformationen durch das Client-System auf der Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren, unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung,
- M1.6 Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen, welches vorzugsweise mittels eines iFrames in E-Shop-Templates integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung;
- M1.7(6) Einbetten der Zusatzinformation, insbesondere der Links auf die Zusatzinformationen durch das E-Shop-System in die E-Shop-Seite und übermitteln dieser an das Endgerät, wobei das Client-System als Zusatzinformation neben der Media-URL auch das Link-Ziel der Zusatzinformation übermittelt, die Bestimmung des Link-Ziels erfolgt voll-

automatisiert, indem eine Suchanfrage in den entsprechenden Produkt-Identifikatoren eingesetzt wird und als Link-Ziel für das E-Shop-System mit einem oder mehreren Produkt-Identifikatoren vorbesetzt wird.

Zu den Ansprüchen 2 bis 14 des Hilfsantrags 6 wird auf die Akte verwiesen.

Im Prüfungsverfahren wurde folgender Stand der Technik genannt:

D1: US 2009/0 271 497 A1,

D2: US 2002/0 165 766 A1.

II.

Die Beschwerde wurde frist- und formgerecht eingelegt und ist auch sonst zulässig. Sie hat jedoch keinen Erfolg, da das beanspruchte Verfahren des Patentanspruchs 1 nach Hauptantrag sowie des jeweiligen Patentanspruchs 1 nach den Hilfsanträgen 1 bis 3, 3a und 4 bis 6 nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit beruht (§§ 1 und 4 PatG), wobei bei der Prüfung auf erfinderische Tätigkeit diejenigen Anweisungen, die die Lösung eines technischen Problems mit technischen Mitteln nicht bestimmen oder zumindest beeinflussen, nicht zu berücksichtigen sind (vgl. BGH GRUR 2011, 125 – *Wiedergabe topografischer Informationen*; BGH GRUR 2011, 610 – *Webseitenanzeige*; BGH GRUR 2013, 275 – *Routenplanung*).

1. Die vorliegende Patentanmeldung betrifft ein Verfahren und ein System zur Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in E-Shop-Seiten von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind, umfassend ein Client-System, das die Zusatzinformationen verwaltet und das über ein Netzwerk mit dem E-Shop-System verbunden ist (vgl. Offenlegungsschrift, Absatz [0001]).

Gemäß der vorliegenden Anmeldung (vgl. Offenlegungsschrift, Absätze [0002]-[0011]) ist der Online-Handel, bzw. der Einkaufsvorgang via Datenfernübertragung, bei dem über das Internet eine unmittelbare Geschäftsbeziehung zwischen und unter Anbieter und Abnehmer abgewickelt wird, bekannt.

Die Implementierung des elektronischen Handels erfordert dabei oftmals komplexe Softwareanwendungen, die auf Servern im Internet laufen, die wiederum mit Produktionsplanung und Beschaffungssystemen in Verbindung stehen. Im Vordergrund stehen dabei die so genannten Online-Shops bzw. E-Shop-Systeme, die die Schnittstelle zum Kunden darstellen. Ein derartiges Shopsystem kann sowohl Datenbank-basiert und dynamisch als Webanwendung auf einem Webserver installiert werden, als auch durch statische HTML-Seiten. Bestandteil der E-Shop-Systeme sind Funktionalitäten, wie Produktdatenbanken, Content-Management (CMS), Kundenregistrierung und -verwaltung und weitere Bestandteile der Standard E-Shop-Systeme (wie z. B. Administration Features). Ferner sind Funktionalitäten rund um die Kundenkontoverwaltung, sowie u. a. die Verwaltung persönlicher Wunschzettel und Hilfefunktionen Bestandteil moderner E-Shop-Systeme.

Die meisten E-Shop-Systeme besitzen somit u. a. eine Shop-Datenbank mit Produktinformation, eine Administrationsdatenbank, ein Präsentationssystem, eine Recommendation Engine, ein Payment Gateway und ein Webtracking-System.

Weiterhin ist eine Kontrolle des Bezahlsystems bzw. ein Statusaustausch notwendig. So bedarf es einer Schnittstelle des E-Shop-Systems zur Buchhaltung und zu dem Bezahlsystem, damit erkenntlich ist, ob der Bezahl-Vorgang ausgeführt wurde, und ob ein Artikel, der bezahlt wurde nun versendet werden kann.

Aus dem herkömmlichen Handelsbereich, wie bspw. in Kaufhäusern oder Einzelhandelsgeschäften, sind auch eine Vielzahl von Werbe-Aktionen oder Rabattsystemen bekannt. Diese sind in E-Shops nur bedingt möglich, da oftmals eine sehr intensive Integration in die Abläufe der E-Shops notwendig ist. Somit sind Rabatt-Aktionen lediglich durch die E-Shop-Betreiber möglich, die entsprechend manuell eingefügt werden müssen und entsprechend dort gepflegt werden. Eine Steuerung einer Werbe-Aktion durch einen Hersteller ist somit sehr schwer möglich, da die-

ser erst in Rücksprache mit möglichen E-Shop-Betreibern in der Lage ist, eine solche Werbe-Aktion durchzuführen.

Die **Aufgabe** der Anmeldung ist das Bereitstellen eines technischen Systems, in dem ein Hersteller bestimmen kann in welchem Maße Aktionen betrieben werden sollen, für welche Produkte auf welchen E-Shop-Systemen, wobei der Hersteller die volle Kontrolle über die angezeigten Informationen bzw. aktiven Aktionen hat und der E-Shop-Betreiber nur ein geringes Maß an Integration über eine Schnittstelle vornehmen muss, die immer wieder zu nutzen ist (siehe Offenlegungsschrift, Absatz [0012]).

Zur Lösung dieser Aufgabe schlägt der **Patentanspruch 1 nach Hauptantrag** ein Verfahren vor mit dem die Anzeige von digitalen Zusatzinformationen, die in Websites von internetbasierten E-Shop-Systemen eingebunden sind, ermöglicht wird (Merkmal **M1.0**).

Das Verfahren wird auf einem Client-System ausgeführt, welches die Zusatzinformationen verwaltet und welches über ein Netzwerk mit dem E-Shop-System verbunden ist (Merkmale **M1.1**, **M1.1.1** und **M1.1.2**).

Zur Durchführung des Verfahrens wird auf dem Client-System eine Einstellung gespeichert, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen (Merkmal **M1.2**).

Weiterhin wird nach dem Aufbau einer Verbindung zwischen dem Endgerät und dem E-Shop-System von dem E-Shop-System beim Client-System eine Session-ID abgerufen. Über diese Session-ID ist das Endgerät in einer Sitzung eindeutig identifizierbar und diese Session-ID wird bei jeder Kommunikation des E-Shop-Systems mit dem Client-System übermittelt um das Endgerät zu identifizieren (Merkmal **M1.3**).

Zusätzlich werden bei jeder Produkthanfrage durch das Endgerät beim E-Shop-System Produkt-Identifikatoren vom E-Shop-System an das Client-System in Verbindung mit der Session-ID übermittelt (Merkmal **M1.4**).

Auf Basis der Session-ID und der Produkt-Identifikatoren werden unter Berücksichtigung der hinterlegten Einstellung die Zusatzinformationen durch das Client-System bestimmt (Merkmal **M1.5**).

Diese Zusatzinformationen werden an das E-Shop-System durch ein Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen übermittelt, wobei hierfür z. B. ein sogenannter iFrame in das E-Shop-Template integriert wird. Die übermittelte Zusatzinformation wird für eine spätere Verarbeitung in Form einer Tracking-Information gespeichert (Merkmal **M1.6**).

Schließlich wird die Zusatzinformation in die E-Shop-Seite eingebettet und an das Endgerät übermittelt (Merkmal **M1.7**).

In **Anspruch 1 nach Hilfsantrag 1** ist zusätzlich angegeben, dass zur Ausführung des Verfahrens ein Zentral-Server und mehrere Client-Systeme verwendet werden, wobei die Client-Systeme die Zusatzinformationen für die jeweiligen E-Shop-Systeme verwalten und über ein Netzwerk mit den E-Shop-Systemen jeweils verbunden sind (Merkmale **M1.1(1)**, **M1.1.1(1)** und **M1.1.2(1)**).

Anspruch 1 nach Hilfsantrag 2 enthält alle Merkmale des Anspruchs 1 nach Hilfsantrag 1 und darüber hinaus die Ergänzung, wonach beim Hinterlegen der Einstellung auf den Client-Systemen durch den Zentral-Server festgelegt wird, für welche Produkte oder Produktgruppen die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen (Merkmal **M1.2(2)**). Weiterhin wird eine Einstellung auf den Client-Systemen wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen, die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen, wobei die Einstellung und Festlegung durch einen Benutzer zentral auf dem Zentral-Server vorgenommen werden (Merkmal **M1.2(1)**).

Gemäß **Anspruch 1 nach Hilfsantrag 3** sind, ausgehend von Patentanspruch 1 nach Hilfsantrag 1, die dort angegebenen Merkmale **M1.6** und **M1.7** dahingehend geändert, dass nunmehr ein Übermitteln der bestimmten Zusatzinformationen, insbesondere Links auf die Zusatzinformation, durch ein Element zur Anforderung

und Integration von Zusatzinformationen, welches mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML-Code integriert wird, an das E-Shop-System und Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Informationen für eine spätere Verarbeitung (Merkmal **M1.6(3)**)

und ein

Einbetten der Zusatzinformation, insbesondere der Links auf die Zusatzinformationen mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML auf einer relativ hohen Software-Ebene in die E-Shop-Seite durch das E-Shop-System und übermitteln dieser an das Endgerät (Merkmal **M1.7(3)**) beansprucht wird.

Dadurch wird anstelle der in Merkmal **M1.6** beanspruchten Integration „vorzugsweise mittels eines iFrames“ nunmehr eine Integration „mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML-Code“ beansprucht.

Merkmal **M1.7** wurde daran angepasst.

Anspruch 1 nach Hilfsantrag 3a entspricht dem vorhergehenden Anspruch, wobei das Merkmal **M1.7(3)** gestrichen ist, um den Vorwurf einer Unklarheit dieses Merkmals zu begegnen.

Der **Anspruch 1 nach Hilfsantrag 4** ist gegenüber Anspruch 1 nach Hilfsantrag 3 noch zusätzlich darauf gerichtet, dass Bilddaten direkt vom Client-Server und nicht über den E-Shop-Server abgerufen werden (Merkmal **M1.7(4)**).

Anspruch 1 nach Hilfsantrag 5 gibt an, dass beim Einbetten der Zusatzinformation regelmäßig Anfragen auf dem E-Shop-System für die Produkte durchgeführt werden, für die Zusatzinformationen vorhanden sind, um zu prüfen, ob das Produkt noch lieferbar ist; sollte das Produkt nicht lieferbar sein, so werden auch keine Zusatzinformationen bei Anfragen des E-Shop-Systems bereitgestellt (Merkmal **M1.7(5)**).

Schließlich ist in **Anspruch 1 nach Hilfsantrag 6** angegeben, dass beim Einbetten der Zusatzinformation das Client-System als Zusatzinformation neben der Media-URL auch das Link-Ziel der Zusatzinformation übermittelt, wobei die Bestimmung des Link-Ziels vollautomatisiert erfolgt, indem eine Suchanfrage in den entsprechenden Produkt-Identifikatoren eingesetzt wird und als Link-Ziel für das E-Shop-System mit einem oder mehreren Produkt-Identifikatoren vorbesetzt wird (Merkmal **M1.7(6)**).

Als **Fachmann**, der mit der Aufgabe betraut wird, ein Verfahren für eine Verbesserung der Erstellung und Verwaltung von Aktionen in E-Shop-Systemen zu entwickeln, ist ein Informatiker oder Programmierer mit mehrjähriger Berufserfahrung im Bereich der Entwicklung von Webanwendungen – insbesondere im Bereich der Gestaltung von Internet-Verkaufsplattformen – anzusehen.

2. Der jeweilige Gegenstand des Patentanspruchs 1 nach Hauptantrag und nach den Hilfsanträgen 1 bis 6 beruht nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit, da deren zu berücksichtigende Merkmale aus der Druckschrift **D2** bekannt sind bzw. für den Fachmann naheliegen und somit ohne erfinderisches Zutun erreicht werden.

2.1 Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist eine beanspruchte Lehre nicht generell nach § 1 Abs. 3 / Abs. 4 PatG vom Patentschutz ausgeschlossen, wenn zumindest ein Teilaspekt der Lehre ein technisches Problem bewältigt (BGH, a. a. O. – *Wiedergabe topografischer Informationen*, Leitsatz a). Jedoch sind bei der Prüfung der Erfindung auf erfinderische Tätigkeit nur diejenigen Anweisungen zu berücksichtigen, die die Lösung des technischen Problems mit technischen Mitteln bestimmen oder zumindest beeinflussen (BGH, a. a. O. – *Wiedergabe topografischer Informationen*, Leitsatz b).

Ein technisches Mittel zur Lösung eines technischen Problems liegt vor, wenn Gerätekomponenten modifiziert oder grundsätzlich abweichend adressiert werden

bzw. wenn der Ablauf eines zur Problemlösung eingesetzten Datenverarbeitungsprogramms durch technische Gegebenheiten außerhalb der Datenverarbeitungsanlage bestimmt wird oder wenn die Lösung gerade darin besteht, ein Datenverarbeitungsprogramm so auszugestalten, dass es auf die technischen Gegebenheiten der Datenverarbeitungsanlage Rücksicht nimmt (BGH, a. a. O. – *Webseitenanzeige*).

Hingegen hat es der Bundesgerichtshof als ein Problem nicht technischer Natur beurteilt, dem Anbieter rechtzeitig diejenigen Informationen zu verschaffen, aus denen sich eine bestimmte Wahrscheinlichkeit ergibt, die ein zusätzliches Einwirken auf den Kunden zu Folge haben soll (vgl. BGH GRUR 2005, 141 – *Anbieten interaktiver Hilfe*).

Weiterhin können beispielsweise Anweisungen zur Auswahl von Daten, deren technischer Aspekt sich auf die Anweisung beschränkt, hierzu Mittel der elektronischen Datenverarbeitung einzusetzen, bei der Beurteilung der erfinderischen Tätigkeit nicht berücksichtigt werden (BGH, a. a. O. – *Routenplanung*, Leitsatz a).

Während zur Lösung eines Problems, das auf den herkömmlichen Gebieten der Technik, also der Ingenieurwissenschaften, der Physik, der Chemie oder der Biologie, besteht, die Abarbeitung bestimmter Verfahrensschritte durch einen Computer grundsätzlich patentierbar ist (BGH GRUR 2002, 143 – *Suche fehlerhafter Zeichenketten*), sind Lösungen auf dem Gebiet der Informatik nicht grundsätzlich und zwangsläufig als „technische“ Problemlösungen zu verstehen – hier bedarf es vielmehr einer gesonderten Prüfung. Welches technische Problem durch eine Erfindung gelöst wird, ist objektiv danach zu bestimmen, was die Erfindung tatsächlich leistet (BGH, a. a. O. – *Anbieten interaktiver Hilfe*). Dies ist durch Auslegung des Patentanspruchs zu entwickeln (BGH GRUR 2010, 602 – *Gelenkanordnung*, Absatz 27).

Die tatsächliche Leistung einer Erfindung ist im Vergleich mit dem (nächstkommenden) Stand der Technik zu ermitteln, d. h. Ausgangspunkt sind diejenigen Merkmale, die über den nächstkommenden Stand der Technik hinausgehen; ob

die anderen Merkmale zu einer technischen Problemlösung beitragen oder nicht, ist ohne Bedeutung, wenn sie bereits aus dem Stand der Technik bekannt sind.

2.2 Als nächstkommenden Stand der Technik wird die Druckschrift **D2** angesehen.

Die Druckschrift zeigt ein Verfahren zum Zugreifen auf Werbematerial über ein Netzwerk (Absatz [0001]). Dabei wird einem Benutzer ein Werbeangebot angezeigt, welches aufgrund einer Überwachung der betrachteten Produkte und einem Vergleich mit vorhandenen Angeboten ermittelt wird (Absatz [0006]). Das System ist aus Benutzerendgeräten, kommerziellen Web-Sites (Server), einer Angebotsdatenbank und einem Angebotsserver aufgebaut (Fig. 1, Absatz [0012]). Die Erkennung bzw. der Vergleich der Produkte mit den aktuellen Angeboten kann dabei auf der Benutzerseite oder auf dem Angebotsserver erfolgen (Absatz [0013]).

2.3 Der Gegenstand des **Patentanspruchs 1 nach Hauptantrag** beruht gegenüber der Druckschrift **D2** nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit, wobei die Merkmale, welche nicht zu einer technischen Problemlösung beitragen, nicht zu berücksichtigen sind.

Aus der **D2** ist ein Verfahren zur Bereitstellung (Einblendung) von Werbe-Informationen auf einer angezeigten kommerziellen Netzwerkseite (Seite eines E-Shops) (Abstract, Absätze [0006], [0012]) zu entnehmen (Merkmal **M1.0**).

Das System der **D2** besteht aus einem „offer-server“ der die einzublendenden Informationen überwacht (Fig. 1, Absatz [0012] – teilweise Merkmale **M1.1** und **M1.1.1**) und der mit den kommerziellen Web-Sites (Seiten des E-Shops auf einem E-Shop-Server) über ein Netzwerk verbunden ist (Fig. 1, Absatz [0012] – teilweise Merkmal **M1.1.2**).

In dem „offer-server“ sind Einstellungen gespeichert, die sich auf die Einblendung der Information bzw. auf die Produkte zu denen eine Information eingeblendet wird beziehen (Absätze [0014], [0015] – teilweise Merkmal **M1.2**).

Weiter ist in der **D2** angegeben, dass die Kommunikation zwischen einem Benutzer bzw. dem Endgerät und der E-Shop-Seite überwacht wird. Wenn bei dieser Überwachung eine Übereinstimmung der Abfragen des Benutzers mit den Einstellungen die auf dem „offer-server“ gespeichert sind erkannt wird, erfolgt in Abhängigkeit der Einstellungen die Auswahl der einzublendenden Information (Fig. 3, Absätze [0024], [0025] – teilweise Merkmale **M1.4** und **M1.5**) und die Anzeige der Information bspw. als URL für den Benutzer (Absatz [0025] – teilweise Merkmal **M1.6**).

2.3.1 Die Lehre der **D2** weist demnach i. W. folgende Unterschiede zum Gegenstand des Anspruchs 1 nach Hauptantrag auf:

- (i) in der **D2** ist ein „offer-server“ anstatt des beanspruchten Client-Systems angegeben (restlicher Teil von Merkmal **M1.1**);
- (ii) die Vergabe und Verwendung einer Session-ID zur Identifikation des Endgeräts ist aus der **D2** nicht zu entnehmen (Bezug auf die Session-ID in den Merkmalen **M1.3**, **M1.4** und **M1.5**);
- (iii) die Art der Daten die in den einzelnen Verfahrensschritten, gemäß deren Verwendung in dem Anspruch, übermittelt werden, stimmen nicht exakt mit den Daten überein, die gemäß der **D2** übertragen werden (Bezug auf die Produkt-Identifikatoren in Merkmal **M1.4**);
- (iv) das Speichern einer Tracking-Information ist aus der **D2** nicht zu entnehmen (restlicher Teil des Merkmals **M1.6**).

Diese Unterschiede können jedoch das Vorliegen einer erfinderischen Tätigkeit nicht begründen.

Zu (i):

Die Verwendung eines Client-Systems anstelle eines Servers stellt für den Durchschnittsfachmann lediglich die Implementierung einer bekannten Konfiguration der Einheiten dar.

Unter einem Server versteht der Fachmann ein Programm bzw. ein Modul, das einen Dienst (einen Service) anbietet. In der Praxis laufen diese Programme (z. B. Mailprogramme oder Datenbankprogramme) meist gesammelt auf bestimmten Rechnern, weshalb diese Rechner umgangssprachlich auch als „Server“ (z. B. Mailserver, Datenbankserver) bezeichnet werden.

Ein weiteres Programm (Client) kann diesen Dienst nutzen, d. h. bspw. die Daten abrufen oder auf das Programm zugreifen. Dabei können die Programme (Server und Clients) auf verschiedenen Rechnern oder auf demselben Rechner ablaufen.

Damit ergibt sich die Konfiguration, bei der gemäß Anspruch 1 nach Hauptantrag ein Client-System (d. h. ein Client-Programm) verwendet wird, welches in demselben Rechner wie der Server abläuft, für den Fachmann in naheliegender Weise aus der in der **D2** gezeigten Konfiguration mit einem „offer-server“.

Überdies ist die Verlagerung von Abläufen auf andere Einheiten (bspw. von einem Client auf einen Server), auch wenn damit der Einsatz schlichterer Client-Hardware oder eine Entlastung der Client-Hardware einhergeht, nicht mehr als eine äußerlich-organisatorische Umverlagerung der Datenverarbeitung zwischen mehreren Netzwerkkomponenten. Darin ist aber nur eine Maßnahme der Datenverarbeitung zu sehen und nicht die Lösung eines konkreten technischen Problems (vgl. BGH, a. a. O. – *Webseitenanzeige*, Rn. 25).

Zu (ii):

Die Vergabe und Verwendung einer Session-ID zur Identifikation des Endgeräts war auch schon lange vor dem Anmeldetag der vorliegenden Patentanmeldung eine dem Fachmann geläufige Maßnahme um eine eindeutige Zuordnung der Kommunikation zwischen einem Benutzer und einem E-Shop zu gewährleisten.

So war bspw. die Verwendung sogenannter „Cookies“ bekannt, die u. a. für die Authentifizierung von Benutzern verwendet werden und die die Möglichkeit bieten einen Sitzungsbezeichner (Session-ID) zu speichern und zu übertragen. Diese Möglichkeit, d. h. die Übertragung eines Cookies an einen entfernten Server (offer-server) und die anschließende Identifizierung des Benutzers (Zuordnung) durch das Auslesen der Cookie Daten ist auch explizit in der **D2** (Absatz [0027]) beschrieben.

Somit beruht die direkte Verwendung einer Session-ID anstatt deren gemeinsamer Verwendung mit einem Cookie zur Zuordnung eines Benutzers, auf den fachmännischen Abwägungen von bekannten Vor- und Nachteilen. Ein erfinderisches Zutun ist hierzu nicht erforderlich (vgl. BGH GRUR 2006, 930 – *Mikrotom*).

Zu (iii):

Welche Daten (z. B. Produkt-Identifikatoren) in Verbindung mit der Session-ID übermittelt werden trägt ebenfalls nicht zur Lösung eines konkreten technischen Problems mit technischen Mitteln bei.

Durch die Übertragung der Produkt-Identifikatoren gemeinsam mit der Session-ID soll das Suchverhalten des Kunden, d. h. die für eine Werbeeinblendung benötigte Information, ermittelt werden, um dem Kunden eine angepasste Information anzeigen zu können.

Ein konkretes technisches Problem liegt aber diesen Mitteln, mit denen dem Anbieter die benötigten Informationen verschafft werden sollen, nicht zugrunde. Die für eine Einblendung benötigte Information besteht aus zwei Teilen: zum einen aus einem bestimmten Verhalten des Kunden (bspw. die getätigten Suchanfragen), zum anderen aus einem Referenzprotokoll, welches zum Vergleich des Kundenverhaltens mit einer Referenz verwendet wird. Die technische Prägung dieses Lösungsmittels beschränkt sich darauf, die Informationserfassung und -übermittlung mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung vorzunehmen (vgl. BGH, a. a. O. – *Anbieten interaktiver Hilfe*).

Zu (iv):

Ebenso trägt das Speichern der übermittelten Zusatzinformationen als Tracking-Information nicht zur Lösung eines technischen Problems mit technischen Mitteln bei.

Mit den gespeicherten übermittelten Zusatzinformationen ist eine Verfolgung der vom Benutzer aufgerufenen Seiten bzw. der eingegebenen Suchanfragen, welche zu einer Übermittlung der Zusatzinformation geführt hat möglich. Die daraus gewonnene Tracking-Information wird für eine spätere Verwendung bspw. in Form einer Marketinganalyse gespeichert. Damit liegt dem Merkmal aber ebenfalls kein technisches Problem, welches über die bekannte Speicherung und Verarbeitung von Daten hinausgeht, sondern nur eine geschäftliche Überlegung zugrunde.

2.3.2 Die dagegen gerichteten Ausführungen des Vertreters der Anmelderin führen zu keinem anderen Ergebnis.

Zum generellen Unterschied im Aufbau stellte der Vertreter der Anmelderin dar, dass aus der **D2** ein Client-basierter Ansatz zu entnehmen sei, bei dem das Endgerät der Client sei und dass in diesem Endgerät eine Applikation ausgeführt werde. Demgegenüber wäre bei der vorliegenden Anmeldung in dem Webbrowser des Endgeräts keine zusätzliche Software nötig. Dies sei dadurch bedingt, dass die genannten E-Shop-Systeme keine Standardsoftware aufweisen würden und deshalb mit der vorliegenden Erfindung jedem E-Shop-System ein Client zugeordnet wird, der die Schnittstelle zum E-Shop-System bildet. Über diese Schnittstelle würden vom zentralen Server über die Clients die Anzeigehalte an die E-Shop-Systeme übertragen, wodurch eine zentrale Administrierbarkeit der Anzeigen ermöglicht werde. Hierzu verwende die vorliegende Anmeldung ein Endkundengerät, ein E-Shop-System, einen (oder mehrere) Client und einen zentralen Server.

Diese Darstellung führt zu keiner anderen Beurteilung.

Der Darstellung ist insoweit zuzustimmen als in einer ersten Ausführungsform der **D2** (Absatz [0020]) ein Endgerät angegeben ist, welches eine sogenannte „advisor application“ aufweist die für die Speicherung von Werbeanzeigen verwendet wird. Jedoch ist in der **D2** auch eine weitere Ausführungsform (Absätze [0021], [0026]) beschrieben. In dieser zweiten Ausgestaltung werden die Werbeanzeigen in dem „offer-server“ gespeichert, die Benutzeranfragen mit Werbeangeboten verglichen und bei einer Übereinstimmung wird die Anzeige bzw. das Einblenden der Information von dem „offer-server“ initiiert.

Eine Ausgestaltung mit mehreren Geräten geht auch aus der **D2** hervor. So ist ein Endkundengerät, ein E-Shop-System mit sogenannten „commercial web-sites“ und ein „offer-server“ gezeigt (Fig. 1). Die Aufteilung der Funktionalität des „offer-servers“ auf einen zentralen Rechner (Server) und einen (oder mehrere) Client liegt, wie bereits angegeben (s. oben 2.3.1 (i)) im Griffbereich des Fachmanns. Er gelangt somit ohne erfinderisches Zutun zu einer Ausgestaltung, wie sie in der Anmeldung gezeigt ist.

Das Vorsehen einer einheitlichen Schnittstellendefinition auf den Client-Systemen für die Kommunikation mit den unterschiedlichen E-Shop-Systemen beruht hingegen auf keinerlei technischen Überlegungen, sondern allein auf einer geschickten Programmierung. Somit kann die Programmierung einer einheitlichen Schnittstelle nicht als technische Aufgabe angesehen werden.

Weiter erläuterte der Vertreter der Anmelderin, dass als technische Merkmale

- die Verwendung eines Netzwerkes mit den entsprechenden Verbindungen,
- die Vergabe einer Session-ID für die Kommunikation zwischen Endgerät und E-Shop-System und einer weiteren Session-ID für die Kommunikation zwischen E-Shop-System und dem Client bzw. dem Server,
- die Übermittlung der GTIN für die Bestimmung der Zusatzinformation und
- die Speicherung einer Tracking-Information

anzusehen seien.

Auch diese Erläuterungen konnten nicht überzeugen.

Ein Netzwerk mit den notwendigen Kommunikationsverbindungen ist bereits aus der **D2** (Fig. 1, Absatz [0012]) zu entnehmen.

Die Vergabe einer ersten und einer weiteren Session-ID dient der korrekten Zuordnung der Kommunikation eines Benutzers mit den beteiligten Einheiten des Systems und somit einer Rückkommunikation des Benutzers über den Client mit dem Server. Wie bereits dargestellt, geht die Zuordnung eines Benutzers an einem entfernten Server aus der **D2** (Absatz [0027]) hervor. Die Vergabe einer weiteren Session-ID liegt somit ebenfalls im Rahmen des fachmännischen Handelns (s. oben 2.3.1 (ii)).

Auch die Erläuterungen zu der Übermittlung der GTIN für die Bestimmung der Zusatzinformation und die Speicherung einer Tracking-Information führen, wie bereits dargestellt, zu keiner anderen Beurteilung (s. oben 2.3.1 (iii) und 2.3.1 (iv)).

2.4 Der Gegenstand des **Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 1** beruht ebenfalls nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Gemäß diesem Anspruch sind nunmehr ein Zentral-Server und mehrere Client-Systeme (Merkmal **M1.1(1)**) anstatt des Client-Systems aus Anspruch 1 nach Hauptantrag vorgesehen. Dabei verwalten die Client-Systeme die Zusatzinformationen für die jeweiligen E-Shop-Systeme und sind jeweils über ein Netzwerk mit diesen verbunden (Merkmale **M1.1.1(1)** und **M1.1.1(2)**). Weiterhin wird eine Einstellung auf den Client-Systemen durch den Zentral-Server hinterlegt, in der festgelegt wird, wie häufig, in welchem Zeitraum und/oder auf welchen E-Shop-Systemen, die Zusatzinformationen angezeigt werden sollen, wobei die Einstellung und Festlegung durch einen Benutzer zentral auf dem Zentral-Server vorgenommen werden (Merkmal **M1.2(1)**).

Damit soll eine zentrale Administration der Zusatzinformationen ermöglicht werden, bei der die Zusatzinformationen auf dem Zentral-Server und nicht auf dem Client-System verwaltet werden. Weiterhin wird durch die Zuordnung eines Client-Systems zu jedem E-Shop-System eine direkte und damit schnellere Datenübertragung ermöglicht, da die E-Shop-Systeme nicht mehr alle gleichzeitig auf ein einzelnes Client-System zugreifen.

Wie bereits ausgeführt stellt die Implementierung eines Client-Server-Systems (s. oben 2.3.1(i)) den Einsatz einer alternativen, jedoch bekannten Technologie dar. Der Fachmann ist stets bestrebt die Leistung und die Verfügbarkeit eines Systems zu optimieren. Es liegt daher im Griffbereich des Fachmanns auch den Einsatz einer veränderten Topologie in Betracht zu ziehen. Er gelangt somit ohne erfindarisches Zutun zu einer Ausgestaltung des Systems mit einer Client-Server-Architektur.

Die Möglichkeit der Hinterlegung und Administration der Zusatzinformationen auf einem zentralen Rechner geht bereits aus der **D2** hervor.

Denn in dieser Druckschrift ist beschrieben, dass der offer-server die Werbeinformationen überwacht (Absatz [0012]) und auch die Erkennung und Identifizierung der von einem Benutzer auf der kommerziellen Seite betrachteten Produkte ausführt (Absatz [0013]), wobei die Angebotsdaten, wie Werbeelemente, dynamisch vom offer-server geändert werden können (Absatz [0015]). Somit werden die Einstellungen für die Zusatzinformationen auf einem zentralen Rechner (offer-server) hinterlegt.

Zu den übrigen Merkmalen wird auf die Ausführungen zu Anspruch 1 nach Hauptantrag verwiesen.

Demnach beruht auch der Gegenstand des Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 1 nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Die Darstellungen des Vertreters der Anmelderin, wonach durch die Verwendung eines zentralen Servers und mehrerer Clients ein höherer Datendurchsatz und kürzere Antwortzeiten möglich wären, greift nicht durch.

Denn, wie bereits ausgeführt, war dem Fachmann die Verwendung mehrerer Rechner zur Erhöhung der Leistung und des Datendurchsatzes hinlänglich bekannt. Somit beruht die Änderung der Topologie und damit die Verwendung mehrerer Clients auf den fachmännischen Abwägungen von bekannten Vor- und Nachteilen. Ein erfinderisches Zutun ist hierzu nicht erforderlich (vgl. BGH, a. a. O. – *Mikrotom*).

2.5 Auch der Gegenstand des **Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 2** beruht nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Für die Beurteilung der erfinderischen Tätigkeit wird im Folgenden nur die Änderung in Merkmal **M1.2(2)** betrachtet.

Gemäß dieser Ergänzung erfolgt eine Einschränkung, wonach die Einstellungen für die Anzeige der Zusatzinformationen auch die Produkte bzw. Produktgruppen berücksichtigen. Zu den übrigen Merkmalen wird auf die obigen Ausführungen verwiesen.

Die generelle Möglichkeit der Zuordnung einer Werbeeinblendung (Zusatzinformation) zu einem gespeicherten Datensatz durch den Vergleich mit einer Suchanfrage ist bereits in der **D2** (Absätze [0014], [0015]) gezeigt.

Eine zusätzliche Berücksichtigung von speziellen Produkten oder Produktgruppen basiert auf rein geschäftlichen Überlegungen und löst kein technisches Problem mit technischen Mitteln (vgl. oben 2.3.1(iii)).

Somit beruht auch der Gegenstand des Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 2 nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Der Vertreter der Anmelderin wendet ein, dass die Zusatzinformationen durch die nunmehr umfasste Relation zu einer Produktgruppe die Betrachtung aller Produkte eines E-Shops bedingten.

Auch diesem Einwand kann nicht gefolgt werden, da der angegebenen Ergänzung keine technischen Überlegungen zugrunde liegen, weshalb sie zu keiner anderen Beurteilung führen.

Für welche Produkte bzw. Produktgruppen eine Beziehung hergestellt wird, um eine Zusatzinformation zu bestimmen, beruht zum Einen auf rein geschäftlichen Überlegungen und betrifft zum Anderen nur die Organisation der Datenverarbeitung, durch die einzelne Produkte oder in Produktgruppen zusammengefasste Produkte durch sucht werden, und somit kein technisches Problem.

2.6 Die Gegenstände des jeweiligen **Patentanspruchs 1 nach den Hilfsanträgen 3 und 3a** beruhen ebenfalls nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

In Anspruch 1 beider Hilfsanträge ist neu aufgenommen, dass das Element zur Anforderung und Integration von Zusatzinformationen nunmehr konkret mittels eines iFrames in E-Shop-Templates und/oder HTML integriert wird (Merkmal **M1.6(3)**).

In Anspruch 1 nach Hilfsantrag 3 ist darüber hinaus angegeben, dass die Zusatzinformation auf einer relativ hohen Software-Ebene in der E-Shop-Seite integriert wird (Merkmal **M1.7(3)**).

Die Verwendung eines iFrames bewirkt, dass in die Seite eines E-Shop-Systems ein Element (iFrame) eingebunden wird. Dieses Element ist für den Benutzer auf

seinem Endgerät innerhalb der gerade betrachteten Seite sichtbar und bei Betätigung des Elements (Auswahl) wird die Zusatzinformation abgerufen. Das Abrufen entspricht dabei dem Anklicken einer URL, woraufhin eine Verbindung mit der entsprechenden Seite (URL-Adresse) hergestellt wird.

Für das Einbetten der Zusatzinformationen, d. h. des angezeigten iFrames und der darin hinterlegten URL, ist kein tiefer Eingriff in die E-Shop-Software notwendig, da die Programmierung des angezeigten Rahmens (Frames) und des Inhalts (URL-Adresse) auf einer abstrakten (hohen) Software-Ebene erfolgt und somit keine Änderung in den verschiedenen Softwaresystemen der E-Shops notwendig ist.

Beide Merkmale sind bei der Prüfung auf erfinderische Tätigkeit nicht zu berücksichtigen.

Sie betreffen lediglich die Art der Programmierung der Einblendung der Zusatzinformation. Dabei wird der Programmierer die Vor- und Nachteile der Verwendung eines iFrames, welcher bereits einem HTML-Code-Segment entspricht, oder eines reinen HTML-Codes abwägen wird und die geeignetere Lösung auswählen. Bereits durch die Verwendung eines iFrames erfolgt die Einbettung auf einer abstrakten, d. h. relativ hohen, Software-Ebene und erlaubt somit eine einfachere Benutzung, da der Benutzer nicht auf einer „tieferen“ Softwareschicht der einzelnen E-Shop-Systeme eingreifen muss. Die Wahl der Programmierung beruht somit nicht auf einem technischen Problem, sondern auf der Überlegung die Programmierung zu vereinfachen.

Zu den übrigen Merkmalen wird auf die obigen Ausführungen verwiesen.

Damit beruhen die Gegenstände des Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 3 und Hilfsantrag 3a nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Der Vertreter der Anmelderin führt aus, dass durch die Streichung des Begriffes „vorzugsweise“ in Merkmal **1.6(3)** nach Hilfsantrag 3 und 3a die explizite Verwen-

dung eines iFrames oder HTML-Codes in der letzten Ebene, d. h. in einer relativ hohen Software-Ebene (Merkmal **1.7(3)** nach Hilfsantrag 3) beansprucht werde. Damit erfolge die Einbindung des iFrames vor der Übertragung der Zusatzinformation an das E-Shop-System.

Auch diese Ausführungen greifen nicht.

Denn dem Fachmann war die Einbettung eines iFrames bzw. die Verwendung eines reinen HTML-Codes bereits bekannt. Die Auswahl einer der beiden Möglichkeiten in Abhängigkeit der „Software-Ebene“, d. h. auf einer abstrakten Ebene, welche keinen Eingriff in jedem einzelnen E-Shop-System erfordert, fußt damit auf der fachmännischen Abwägung von bekannten Vor- bzw. Nachteilen (vgl. BGH, a. a. O. – *Mikrotom*).

2.7 Auch der Gegenstand des **Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 4** beruht nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Für die Beurteilung der erfinderischen Tätigkeit wird auch hier nur die Änderung in Merkmal **M1.7(4)** betrachtet. Zu den übrigen Merkmalen wird auf die obigen Ausführungen verwiesen.

In diesem Merkmal ist angegeben, dass Bilddaten direkt vom Client-Server und nicht über den E-Shop-Server abgerufen werden.

Hierzu gibt der Vertreter der Anmelderin an, dass durch das direkte Abrufen der Bilddaten eine Überlastung der E-Shop-Systeme vermieden werde.

Eine Anzeige von Bilddaten geht aus der **D2** (Absatz [0018] und Anspruch 8) hervor. Dabei erfolgt die Einblendung der Information, d. h. der Abruf der Information, von dem offer-server (Absatz [0026]).

Die Verlagerung bestimmter Operationen der Datenverarbeitung von einem Rechner auf einen anderen, d. h. das direkte Abrufen der Bilddaten von dem Client-Server und nicht vom dem E-Shop-System, ist nicht mehr als eine äußerlich-organisatorische Umverlagerung der der Datenverarbeitung zwischen Netzwerkkomponenten (vgl. BGH in GRUR 2011, 610 – „*Webseitenanzeige*“). Damit ist darin nur eine Maßnahme der Datenverarbeitung und nicht die Lösung eines technischen Problems zu sehen.

Das Merkmal **M1.7(4)** ist daher bei der Prüfung auf erfinderische Tätigkeit nicht zu berücksichtigen, sodass Hilfsantrag 4 nicht anders als Hilfsantrag 3 zu beurteilen ist.

2.8 Der Gegenstand des **Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 5** beruht ebenso nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Für die Beurteilung der erfinderischen Tätigkeit wird nur die Änderung in Merkmal **M1.7(5)** betrachtet. Zu den übrigen Merkmalen wird auf die obigen Ausführungen verwiesen.

Gemäß dieser Ergänzung führt das Client-System regelmäßig Anfragen auf dem E-Shop-System für die Produkte durch, für die Zusatzinformationen vorhanden sind, um zu prüfen, ob das Produkt noch lieferbar ist; sollte das Produkt nicht lieferbar sein, so werden auch keine Zusatzinformationen bei Anfragen des E-Shop-Systems bereitgestellt.

Die Prüfung, ob ein Produkt lieferbar ist, sowie die anschließende Entscheidung, ob die Werbung für ein nicht mehr lieferbares Produkt eingestellt werden soll, beruht auf rein geschäftlichen Überlegungen. Die Umsetzung dieser geschäftlichen Vorgabe durch die Überprüfung der Lieferbarkeit und die Einstellung der Werbung für ein Produkt welches nicht mehr geliefert werden kann geht nicht über

den bestimmungsgemäßen Einsatz einer Datenverarbeitungsanlage zum Erreichen eines geschäftlichen Ziels hinaus. Dieses Merkmal ist somit bei der Prüfung auf erfinderische Tätigkeit nicht zu berücksichtigen.

Daher beruht auch der Gegenstand des Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 5 nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Zu diesem Merkmal stellt der Vertreter der Anmelderin dar, dass der Zusammenhang zwischen dem Einblenden einer Zusatzinformation bei einem lieferbaren Produkt bzw. das Nicht-Einblenden bei einem nicht mehr lieferbaren Produkt aufgrund der Auswertung von Produktdaten (Lieferbarkeit) erfolge und somit auf technischer Ebene implementiert sei.

Diese Darstellung führt zu keinem anderen Ergebnis, denn auf die Implementierung kommt es nicht an.

Das Problem, das dieser Anweisung zugrunde liegt, ist nicht technischer Natur, sondern dient lediglich einem wirtschaftlichen Zweck. Dass dabei die Informationsverschaffung automatisch mit Hilfe elektronischer Datenverarbeitung erfolgen soll rechtfertigt keine andere Beurteilung, denn dies genügt noch nicht zur Annahme eines technischen Problems (vgl. BGH, a. a. O. – *Anbieten interaktiver Hilfe*).

2.9 Schließlich beruht auch der Gegenstand des **Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 6** nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Für die Beurteilung der erfinderischen Tätigkeit wird auch hier nur die Änderung in Merkmal **M1.7(6)** betrachtet. Zu den übrigen Merkmalen wird auf die obigen Ausführungen verwiesen.

In diesem Merkmal ist angegeben, dass das Client-System als Zusatzinformation neben der Media-URL auch das Link-Ziel der Zusatzinformation übermittelt und die Bestimmung des Link-Ziels vollautomatisiert erfolgt, indem eine Suchanfrage in den entsprechenden Produkt-Identifikatoren eingesetzt wird und als Link-Ziel für das E-Shop-System mit einem oder mehreren Produkt-Identifikatoren vorbesetzt wird.

Auch dieses Merkmal betrifft die programmtechnische Umsetzung einer geschäftlichen Überlegung. Der Kunde, der sich für ein bestimmtes Produkt interessiert, soll genau zu diesem Produkt zusätzliche Informationen, wie bspw. Rabattaktionen, erhalten. Hierfür wird mit Hilfe eines Programms das Produkt ermittelt und basierend auf den hinterlegten Daten werden weitere Informationen bspw. Links zu dem Produkt aus einer Datenbank oder aus einem Netzwerk abgerufen und zur Verfügung gestellt. Damit geht das Merkmal aber nicht über die Umsetzung einer geschäftlichen Idee mit Mitteln der Datenverarbeitung (Übertragen von Daten, Verarbeiten von Daten und Bereitstellen der Daten) hinaus.

Somit beruht auch der Gegenstand des Patentanspruchs 1 nach Hilfsantrag 6 nicht auf einer erfinderischen Tätigkeit.

Hierzu führt der Vertreter der Anmelderin aus, dass die Bestimmung des Link-Ziels für die Zusatzinformation automatisch erfolgen soll, indem das entsprechende Produkt in dem E-Shop gesucht und verlinkt wird. Dadurch soll der Benutzer über den generierten Link zu dem Produkt geleitet werden.

Diese Ausführung führt zu keinem anderen Ergebnis, da die Bestimmung einer Übereinstimmung zwischen einem aufgerufenen Produkt und einer Werbeaktion bereits bekannt ist (s. oben). Das anschließende Generieren eines Links, d. h. die Erstellung einer Verknüpfung, ist eine Maßnahme der Programmierung. Somit wird auch durch diese Ausführung kein technisches Problem gelöst.

3. Mit dem jeweiligen Anspruch 1 nach Hauptantrag und nach den Hilfsanträgen 1, 2, 3, 3a und 4 bis 6 fallen auch die übrigen Ansprüche, da über einen Antrag nur einheitlich entschieden werden kann (BGH GRUR 1997, 120 – *Elektrisches Speicherheizgerät*).

4. Für eine Rückzahlung der Beschwerdegebühr sieht der Senat keinen Anlass.

Eine Rückzahlung der Beschwerdegebühr kommt nach § 80 Abs. 3 PatG dann in Betracht, wenn dies der Billigkeit entspricht. Die Billigkeit kann sich u. a. aus der Sachbehandlung oder einem Verfahrensfehler ergeben.

Eine sachliche Fehlbeurteilung, ein Verfahrensfehler oder ein Verstoß gegen die Verfahrensökonomie (vgl. Schulte, Patentgesetz, § 80 Rdn. 112) ist aber nicht ersichtlich. Die Prüfungsstelle hat zur Frage der erfinderischen Tätigkeit ausführlich Stellung genommen, wofür eine detaillierte Auseinandersetzung mit der vorliegenden Anmeldung unabdingbar ist. Sie hat weiterhin auf die relevanten Entscheidungen des Bundesgerichtshofs verwiesen.

Auch sonst ist kein Grund für eine Rückzahlung der Beschwerdegebühr erkennbar.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Dr. Morawek

Eder

Baumgardt

Hoffmann

Fa