



(10) **AT 516413 A1 2016-05-15**

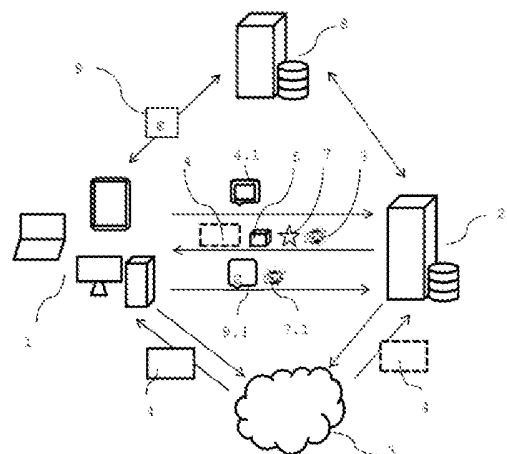
(12) **Österreichische Patentanmeldung**

(21) Anmeldenummer:	A 50810/2014	(51) Int. Cl.:	G06Q 50/00	(2012.01)
(22) Anmeldetag:	05.11.2014		G06Q 30/06	(2012.01)
(43) Veröffentlicht am:	15.05.2016		G06Q 20/12	(2012.01)
			G06F 17/30	(2006.01)
			H04N 21/478	(2011.01)

(56) Entgegenhaltungen: US 2010114727 A1 WO 2008005149 A2 US 2011078052 A1	(71) Patentanmelder: Hans Fraundorfer GmbH 4311 Schwertberg (AT) (74) Vertreter: BURGSTALLER Peter Dr. 4020 Linz (AT)
--	---

(54) **System und Verfahren zum Betrieb einer Community-Anwendung mit einer medienbasierten E-Commerce-Funktionalität**

(57) Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Steuerung einer medienbasierten Community-Anwendung, welche eine E-Commerce- Funktionalität umfasst. Die Community-Anwendung weist einen Player auf, der einen Inhalt in Form einer Audiodatei, eines Videos oder eines Livestreams abspielt, eine Content Management-Komponente, durch welche Produkte oder Dienstleistungen den im Player abgespielten Inhalten zugeordnet werden und Informationen zu diesen Produkten oder Dienstleistungen an die Kommunikationskomponente übermittelt werden, eine E-Commerce- Komponente, welche es erlaubt die Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben, eine Community Management-Komponente, zur Verwaltung und Vernetzung von Benutzern und zur Verarbeitung von Benutzereingaben der Kommunikationskomponente, eine Kommunikationskomponente, welche die Eingaben von Benutzern erfasst und diese an die Community-Management-Komponente übermittelt, wobei die Benutzereingaben zumindest die Gabe einer Bewertung der im Player abgespielten Inhalten oder den zu den Inhalten zugeordneten Produkten oder Dienstleistungen umfassen.



Zusammenfassung (Fig. 1)

Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Steuerung einer medienbasierten Community-Anwendung, welche eine E-Commerce-Funktionalität umfasst. Die Community-Anwendung weist einen Player auf, der einen Inhalt in Form einer Audiodatei, eines Videos oder eines Livestreams abspielt, eine Content-Management-Komponente, durch welche Produkte oder Dienstleistungen den im Player abgespielten Inhalten zugeordnet werden und Informationen zu diesen Produkten oder Dienstleistungen an die Kommunikationskomponente übermittelt werden, eine E-commerce-Komponente, welche es erlaubt die Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben, eine Community-Management-Komponente, zur Verwaltung und Vernetzung von Benutzern und zur Verarbeitung von Benutzereingaben der Kommunikationskomponente, eine Kommunikationskomponente, welche die Eingaben von Benutzern erfasst und diese an die Community-Management-Komponente übermittelt, wobei die Benutzereingaben zumindest die Gabe einer Bewertung der im Player abgespielten Inhalten oder den zu den Inhalten zugeordneten Produkten oder Dienstleistungen umfassen.

Beschreibung

Die Erfindung betrifft eine Community-Anwendung mit einer medienbasierten E-commerce Anwendung.

Eine medienbasierte E-commerce-Anwendung ist eine Anwendung, welche es Nutzern eines gemeinsamen Netzwerkes insbesondere des Internets erlaubt auf Inhalte in Form von Audiodateien, Videos oder Livestreams zuzugreifen und in diesen Inhalten vorkommende Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben. Eine Community-Anwendung ist eine Anwendung, welche Nutzer zu einer Gemeinschaft zusammenfasst und Möglichkeit zur Verwaltung von Mitgliedern und Inhalten bietet.

Die US2011/0106662 A1 zeigt eine Anwendung zum Durchführen von live-online Shopping-Events, bei welchem der Verkäufer und ein oder mehrere Käufer direkt interagieren, bzw. kommunizieren können, um einen Verkauf abzuschließen. Die Käufer werden in einem virtuellen Versammlungsraum durch deren Avatar repräsentiert und können untereinander durch Chat oder symbolische Sprache interagieren. Nachteilig ist, dass die Live-Interaktion mit dem Verkäufer mit erheblichem Zeitaufwand für den Verkäufer verbunden ist und somit die Verkaufszeiten limitiert sind, bzw. viele Verkäufer benötigt werden, um viele Käufer zu erreichen. Nachteilig ist zudem der Charakter einer „Verkaufssendung“, da nur Käufer erreicht werden, die bereits Interesse am Produkt haben und somit spontane, emotionale Käufe nicht forciert werden. Nachteilig ist zudem die Komplexität und Unübersichtlichkeit des Interfaces.

Einfacher Systeme, welche zu spontanen emotionalen Käufen führen, sind aus dem Bereich des In-Video-Shoppings bekannt, bei dem ein Videoplayer mit einer E-commerce-Komponente kombiniert ist, um die im Video beworbenen Produkte über die E-commerce-Komponente erwerben zu können.

Die US 2009/0276805 A1 zeigt einen interaktiven Videoplayer, bei welchem im Video gezeigte Produkte als Hotspots im Video anklickbar sind, um weitere Informationen zum Produkt zu

erhalten. Diese Informationen sowie eine E-commerce-Komponente sind in einem Bereich neben dem Fenster des Players angeordnet, um die gezeigten Produkte ohne Unterbrechung des Videos erwerben zu können. Nachteilig ist die textbasierte Kommunikation der Anwendung mit dem Benutzer, sowie dass keine Möglichkeit für den Benutzer besteht detailliert und einfach Feedback zu geben. Zudem nachteilig sind die mangelhaft bzw. nicht vorhandene Verwaltung und Vernetzung von Benutzern und Nutzung von Benutzereingaben.

Die WO 2013/033239 A1 zeigt eine Anwendung in Form eines Containers zur viralen Verbreitung zu mehreren unterschiedlichen Endpunkten. Die Endpunkte sind insbesondere Blogs, soziale-Netzwerk-Seiten oder Emails. Der Container enthält einen Player zum Abspielen eines Videos und eine e-commerce-Komponente, welche vom Endpunkt aus genutzt werden können. Nachteilig ist, dass fremde Strukturen viral genutzt werden, sodass der Betreiber der Container-Software keine Kontrolle über den Endpunkt hat und somit keine Möglichkeit der Verwaltung und Vernetzung von Benutzern, sowie die Nutzung von Benutzereingaben hat, welche nicht unmittelbar die Container-Anwendung betreffen. Nachteilig ist zudem die textbasierte Kommunikation der Anwendung mit dem Benutzer, sowie dass keine Möglichkeit für den Benutzer besteht detailliert und einfach Feedback zu geben.

Als nachteilig am Stand der Technik hat sich erstens die komplizierte bzw. nicht universell einsetzbare Nutzung von sprach- bzw. textbasierten Kommunikationsanwendungen von E-commerce-Systemen herausgestellt.

Nachteilig ist zweitens die mangelnde Nutzerfreundlichkeit, schwierige Datenerfassung und Datenverwaltung von E-commerce-Anwendungen, wodurch der Nutzen für Benutzer sowie für Anbieter von Produkten und Dienstleistungen nicht voll ausgeschöpft wird, insbesondere in Hinblick auf die Erfassung und Zuordnung von Daten und Benutzereingaben zu den medialen Inhalten und den angebotenen Produkten und Dienstleistungen.

Die der Erfindung zu Grunde liegende Aufgabe besteht darin, einerseits eine intuitive Benutzung der Anwendung zu erlauben und so Benutzungs- insbesondere Sprachbarrieren aufzuheben sowie andererseits durch die gemeinsame Nutzung der Anwendung Mehrwert für die Mitglieder der Community zu schaffen.

Für das Lösen der Aufgabe wird ersten vorgeschlagen, die Kommunikation des Benutzers mit der Anwendung durch die Implementierung eines Avatars zu erleichtern, wobei der Benutzer Bedienungsbefehle an den Avatar eingeben kann, welche Emotionen, Interjektionen oder Gesten umfassen, wobei diese emotionalen Bedienungsbefehle auch zur Steuerung der Anwendung dienen.

Für das Lösen der Aufgabe wird zweitens vorgeschlagen, die medienbasierte E-Commerce Anwendung in eine Community Anwendung zu integrieren.

Die erfindungsgemäße Community-Anwendung umfasst beispielsweise folgende Komponenten

- einen Player zum Abspielen von Inhalten in Form von Audiodateien, Videos oder Livestreams,
- eine Community-Management-Komponente, zur Verwaltung von Benutzern, Benutzerstrukturen, Gruppen und Gruppenstrukturen und Benutzereingaben,
- eine Content-Management-Komponente zur Zuordnung von Informationen, Produkten oder Dienstleistungen zu den im Player abgespielten Inhalten, sowie zur Zuordnung von Benutzer-Feedback zu den Inhalten, Produkten oder Dienstleistungen,
- eine E-commerce-Komponente, welche es erlaubt die Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben,
- eine Kommunikationskomponente zur Erfassung und Verarbeitung von Eingaben des Benutzers.

Die besagte Kommunikationskomponente umfasst bevorzugt einen Avatar, dessen Emotionen und Gesten durch den Benutzer beeinflussbar sind, wobei die Emotionen und Gesten Steuerungsbefehle sind oder in solche übersetzt werden, wobei über besagte Steuerungsbefehle die E-Commerce-Komponente gesteuert wird und die im Player abgespielten Inhalte oder die den Inhalten zugeordneten Produkte oder Dienstleistungen bewertet werden, wobei die Kommunikationskomponente die zu den Inhalten, Produkten oder Dienstleistungen abgegebenen Bewertungen sowie die durchgeführten Transaktionen der E-commerce-Komponente erfasst und an die Community-Management-Komponente sendet, welche diese datentechnisch verarbeitet, speichert, weiteren Nutzern zur Verfügung stellt oder Steuerungsbefehle zurück an die Kommunikationskomponente sendet.

Die Kommunikationskomponente beinhaltet dabei ein Interface, durch welches der Benutzer den Player und die für den Benutzer relevante bzw. vorgesehene Funktionen der Community-Anwendung steuern kann, sowie Transaktionen mit der E-Commerce-Komponente tätigen kann. Das Interface ist bevorzugt ein Browserfenster, welches in zumindest zwei Teilbereiche aufgeteilt ist. Das Interface beinhaltet einen Teilbereich in welchem die Inhalte des Players abgespielt werden und einen Teilbereich in welchem der Avatar dargestellt ist und in welchem die Produkte oder Dienstleistungen dargestellt sind und in dem auch die E-commerce-Komponente ausgeführt wird, wobei in diesem Teilbereich oder eigenen Teilbereichen auch empfohlene, bzw. verwandte Inhalten, Feedbacks und Ratings angezeigt werden können.

Es ist vorgesehen, dass der Player sowie die Kommunikationskomponente und die E-commerce-Komponente lokal am Datenverarbeitungssystem des Benutzers ausgeführt werden, beispielsweise indem diese lokal gespeichert sind, oder als Browseranwendung bei Aufruf einer Webseite ausgeführt werden. Die im Player abgespielten Inhalte sind bevorzugt an einem externen Speicherplatz insbesondere auf einem Server oder in der Cloud gespeichert und werden beim Abspielen durch den Player vom

jeweiligen Speicherort abgerufen. Die im Player abgespielten Inhalte weisen bevorzugt einen emotionalen Kontext auf und sind keine Werbevideos, oder Verkaufssendungen, daher ist der Gegenstand des Inhalts nicht ein Produkt sondern der Inhalt selbst, beispielsweise ein Musiktitel, ein Musikvideo oder eine kulturelle oder sportliche Veranstaltung, in welchem die Produkte oder Dienstleistungen jedoch durch Produktplacement platziert sein können, oder der Inhalt selbst Teil des Produkts beispielsweise eines Musikalbums sein kann.

Beim oder vor dem Abspielen des Inhalts werden von der Content-Management-Komponente Informationen, Produkte oder Dienstleistungen, welche dem abgespielten Inhalt (oder einer Kategorie des Inhalts) zugeordnet sind, geladen und an die Kommunikationskomponente übertragen, die konkrete Auswahl und Reihung der dem Benutzer anzuzeigenden Produkte oder Dienstleistungen wird aus den Daten der Community-Management-Komponente ermittelt.

Daten zu den zugeordneten Produkten oder Dienstleistungen werden durch die E-commerce-Komponente an eine oder mehrere E-commerce Anwendungen übermittelt, worauf die E-commerce-Anwendungen Daten wie insbesondere verfügbare Produktvarianten, Preis und Lagerstand an die E-commerce-Komponente übermitteln.

Der Benutzer kann durch die Kommunikationsanwendung Steuerungsbefehle an die E-commerce-Komponente eingeben, welche eine Datenverbindung zur E-commerce-Anwendungen herstellt, um Transaktionen mit der E-commerce-Anwendung zu tätigen. Die Community-Anwendung erfasst dabei Eingaben des Benutzers, verarbeitet diese und speichert diese mit einer Referenz auf den Inhalt, das Produkt oder die Dienstleistung, auf welche sich die Eingabe bezieht. Die E-commerce-Anwendung kann dabei am selben Server, bzw. vom selben Anbieter wie die gegenständliche Community-Anwendung betrieben werden, bzw. Teil der erfindungsgemäßen Community-Anwendung sein, bevorzugt ist diese jedoch eine externe bzw. eigenständige Anwendung.

In einer besonders bevorzugten Ausführung fasst die Community-Anwendung Benutzer mit ähnlichen Interessen in Gruppen zusammen, oder die Community-Anwendung ist genau auf eine Benutzergruppe ausgelegt, eine solche Community aus Mitgliedern mit ähnlichen Interessen kann zum Beispiel die Fan-Community eines Künstlers oder einer Sportmannschaft sein. Bevorzugt passt die Community-Anwendung ihr Erscheinungsbild an die jeweilige Benutzergruppe an. Bevorzugt sind auch das Erscheinungsbild des Avatars, sowie dessen Emotionen, Interjektionen und Gesten an die Benutzergruppe angepasst. Das Erscheinungsbild des Avatars umfasst bevorzugt Gesichtszüge, Kleidung, Haare, Statussymbole, Körperkunst und Gestik. Der Avatar ist dazu bevorzugt eine vereinfachte 2D Darstellung eines Menschen in der Art einer Comic-Figur. Auch 3D Avatare sind denkbar. Ein Nutzer wird bevorzugt in unterschiedlichen Gruppen durch unterschiedliche Avatare repräsentiert, wobei auch der Status des Nutzers in den Gruppen unterschiedlich ist. Der Status eines Nutzers innerhalb einer Gruppe wird durch dessen Aktivität in der Gruppe, oder durch die Aktivität anderer Nutzer in der Gruppe beeinflusst. Beispielsweise ändert sich der Status des Benutzers mit der Anzahl oder Art von gegebenem Feedback, gesehenen Inhalten, getätigten Transaktionen oder erhaltenem Feedback. Der Status eines Nutzers wird vorzugsweise durch dessen Avatar wiedergegeben indem dieser Statussymbole erhält. Diese Statussymbole sind bevorzugt an die jeweilige Gruppe angepasst und können insbesondere als Abzeichen oder Körperkunst (z.B. Tattoos) am Avatar grafisch veranschaulicht werden.

Beispiele für das gemeinsame Interesse der Benutzer einer Gruppe sind Musikrichtung, Künstler, Sportart, Sportler bzw. Mannschaft, Beruf, Freizeitaktivität, Hobby, Sammelleidenschaft, Familienstatus, Haustier.

Beispielsweise ist das gemeinsame Interesse der Benutzer eine Musikgruppe. Das Layout des Benutzerinterfaces und des Avatars ist dabei auf die Musikrichtung oder das spezifische Design bzw. Branding der Musikgruppe angepasst. Benutzer, Administratoren

der Community-Anwendung, oder Vertreter der Musikgruppe können Inhalte wie Livestreams, Video oder Audiodateien der Community zur Verfügung stellen und Produkte oder Dienstleistungen identifizieren, welche dem jeweiligen Inhalt zuzuordnen sind. Die Inhalte werden den Community-Mitgliedern beispielsweise in Form einer Liste mit Anzeige des Titels und/oder einer grafischen Repräsentation präsentiert, wobei die Inhalte bevorzugt einer Reihung unterzogen werden. Kriterien der Reihung können sein: Neuheit, Benutzerfeedback, Anzahl oder Umsatz der während des Abspielsens getätigten Transaktionen. Der Benutzer kann aus dieser Liste einen Inhalt, beispielsweise ein Video auswählen, welchen er als nächstes sehen will, oder die Inhalte werden nach einer vorgegebenen Reihenfolge abgespielt, beispielsweise nach der Trackliste eines Albums oder Konzerts.

Das vom Benutzer ausgewählte, bzw. bestimmte Video wird im Player abgespielt. Die Community-Anwendung ermittelt die dem Video zugeordneten Produkte oder Dienstleistungen wie beispielsweise Alben, DVDs, Fanartikel, Konzertkarten oder Reiseveranstaltungen und reiht diese wiederum nach bestimmten Kriterien wie insbesondere Neuheit, Benutzerfeedback, Anzahl oder Umsatz der getätigten Transaktionen zum Produkt. Diese Produkte werden beispielsweise als Liste mit Titel, Abbildung und gegebenenfalls weiteren Informationen wie Ratings, oder Feedbacks der Benutzer in einem vom Player unabhängigen Teilbereich des Browserfensters präsentiert, sodass das im Player dargestellte Video zu keinem Zeitpunkt unterbrochen werden muss. Das Video wird also beim Geben von Feedback, Tätigen von Transaktionen, Steuerung des Avatars, Interaktion mit der Community-Anwendung etc. nicht unterbrochen.

Da der Bereich zum Anzeigen der Produkte oder Dienstleistungen begrenzt ist, können diese auch nacheinander dargestellt werden, sodass diese nach gewissen Reihungskriterien, welche aus den Daten der Community-Anwendung generiert werden, aufeinanderfolgend für eine definierte Zeit dem Benutzer angezeigt werden.

Während des Abspielens des Inhalts kann der Benutzer durch Steuerungsbefehle an den Avatar den Inhalt oder Sequenzen des Inhalts beispielsweise einzelne Lieder eines Konzerts bewerten, sowie die angezeigten Produkte oder Dienstleistungen bewerten.

Bevorzugt bewegt der Benutzer dazu den Mauszeiger oder bei einem Touchscreen den Finger über das Fenster des Avatars und kann ein im Fenster des Avatars angezeigtes, oder in einem Dropdown-Menü (beispielsweise erscheint dieses wenn der Cursor über den Kopf oder Rumpf des Avatars bewegt wird) erscheinendes Symbol (Emoji, Emoticon oder Interjektion) auswählen und dieses dem Inhalt oder einem Produkt zuweisen. Der Benutzer kann so über den Avatar positive oder negative Gefühle gegenüber dem Inhalt oder Produkt zum Ausdruck bringen. Beispiele für solche Symbole sind Zeichenfolgen wie ;) :) :D :P :(:o oder bevorzugt deren grafische Repräsentation. Beispiele für Interjektionen sind JEAH AHH WOW OHH YES NO BUH/BOO.

Zudem kann der Benutzer die Gesten des Avatars steuern um Steuerungsbefehle an die Anwendung zu senden. Beispielsweise können die Gesten wiederum in einem Dropdown Menü (beispielsweise erscheint dieses wenn der Cursor über die Hand des Avatars bewegt wird) als Symbole angezeigt werden, oder durch Anklicken der Hand oder des Arms des Avatars durch Cursorbewegung selbst ausgeführt werden. Beispielsweise kann als Symbol ein Fragezeichen ausgewählt werden, oder die Hand des Avatars über seinen Kopf bewegt werden, um weitere Informationen zu einem Inhalt oder Produkt auszuwählen. Ein anderes Beispiel wären Pfeilsymbole, bzw. wischende Handbewegungen des Avatars um von einem Inhalt zum nächsten bzw. von einem Produkt zum nächsten zu springen.

Wird der Avatar neben dem Player dargestellt, dient sein dem Player zugewandter Arm bzw. Hand bevorzugt zur Steuerung des Players und sein anderer Arm bzw. Hand zur Steuerung der Produktanzeige und der E-commerce-Anwendung.

Wird die Emotion, Interjektion oder die Geste als Symbol ausgewählt, kann der Avatar die Bedeutung des Symbols nachstellen, um die Auswahl für den Benutzer anzuzeigen.

Bevorzugt wird auch eine Kauftransaktion über den Avatar ausgeführt, indem der Benutzer dem Avatar eine eindeutige Kaufgeste durchführen lässt, beispielsweise indem er den Avatar nach einem das aktuell gewählte Produkt symbolisierendes Icon greifen lässt und dieses dann zum Körper des Avatars führt. Wenn der Benutzer in der Community-Anwendung eingeloggt ist und die Benutzerdaten (Name, Adresse, Zahlungsinformationen und eventuell Kleidungsgröße, etc.) der Community-Anwendung bekannt sind, kann die eindeutige Kaufgeste bereits ausreichend sein, um den Kauf tatsächlich zu tätigen und das Produkt von einem Versandanbieter zu erhalten. Es besteht natürlich auch die Möglichkeit den Benutzer noch aufzufordern den Kauf zu bestätigen, beispielsweise indem er den Avatar nicken, oder den Kopf schütteln lässt, oder durch Auswahl der Interjektion YES oder NO. Gibt es beim Produkt Variationen wie Farbe, Menge, Schnitt, etc. können diese bevorzugt auch über Gesten des Avatars ausgewählt werden.

Eine andere Möglichkeit wäre bei Tätigkeit bzw. Auswahl der eindeutigen Kaufgeste das Produkt bzw. die Dienstleistung in einem digitalen Warenkorb abzulegen und bei Auswahl des Warenkorbes den Kauf der Produkte bzw. Dienstleistungen gesammelt bestätigen zu können, bzw. um nachfolgen Benutzerdaten (Adresse, Zahlungsinformationen, Kleidungsgröße, Produktspezifikationen wie Farbe, Anzahl, Größe...) einzugeben um den Kauf abzuschließen.

Der Warenkorb wird bevorzugt als Teil der E-commerce-Komponente in einem vom Player und Avatar unabhängigen bzw. getrennten Teilbereich des Interfaces bzw. Browserfensters angezeigt.

Um die Community-Anwendung zu verbreiten, bzw. um neue Mitglieder zu gewinnen, ist es vorgesehen, dass die Inhalte, welche im Player abgespielt werden können, oder angebotene Produkte und Dienstleistungen, oder der eigene Avatar auch auf

anderen Plattformen und anderen Community-Anwendungen platziert werden können und von dort mittels eines Links die gegenständliche Community-Anwendung aufgerufen werden kann.

Dazu wird auf der anderen Plattform bzw. Anwendung bevorzugt eine grafische Repräsentation des Inhalts in Form einer Vorschau (Sequenz) oder eines Frames (oder wechselnde Frames) eines Videos dargestellt, welche einen Link zur gegenständlichen Community-Anwendung aufweist. In der Community-Anwendung kann dann das gesamte Video angesehen werden, bzw. die Funktionen der Kommunikations- und E-Commerce-Komponente verwendet werden.

Eine andere Möglichkeit ist, dass die Videos zur Gänze in einem online Videoportal abrufbar sind und ein interaktives Feature aufweisen, oder einen Link in der Kommentarleiste, mit welchem zur gegenständlichen Community-Anwendung gewechselt werden kann. Die Community-Anwendung kann auch um ein eigenes Videoportal ergänzt werden, welches bevorzugt auf einem eigenständigen Server betrieben wird.

Vorteilhaft kann vorgesehen sein, dass die Produkte und Dienstleistungen nur bei Aufruf der Community-Anwendung beziehungsweise nur für registrierte Benutzer der Community-Anwendung beziehbar sind, sodass hier ein Anreiz geschaffen wird Teil der Community zu werden. Ein ähnlicher Anreiz wird geschaffen, wenn die Inhalte (Videos, Musik, Livestreams) exklusiv den Mitgliedern der Community zur Verfügung stehen.

Bevorzugt können nicht nur die Inhalte sondern auch ein Produkt, eine Dienstleistung oder der Avatar auf einer anderen Plattform, Homepage oder in einem Email geteilt werden. In diesem Fall wird wiederum eine grafische Repräsentation mit einem hinterlegten oder eigenständigen Link zur gegenständlichen Community-Anwendung angezeigt.

Die Mitgliedschaft in einer Gruppe der Community-Anwendung oder einer speziell auf eine Gruppe ausgerichteten eigenständigen erfindungsgemäßen Community-Anwendung kann kostenlos, oder kostenpflichtig sein sowie offen oder geschlossen sein. Offen bedeutet in diesem Zusammenhang frei zugänglich, geschlossen

beispielsweise nur auf Einladung, oder durch Zugehörigkeit zu einer realen-Gruppe wie einem Fanclub.

Bei kostenpflichtigen Gruppen, bzw. Community-Anwendung kann durch die Beitragskosten beispielsweise der Zugang zu Live-Events abgedeckt sein, wie Konzerte oder Sportveranstaltungen. Der Zugang zu Live-Events könnte auch kostenlos sein, oder es kann der Zugang zu einzelnen Live-Events erworben werden, beispielsweise in Form von virtuellen Eintrittskarten. Produkte, welche üblicherweise im Zuge der Live-Events an die Zuseher vor Ort verkauft werden, können so über die gegenständliche Anwendung auch von Sehern des Livestreams erworben werden. Das Live-Event kann natürlich auch aufgezeichnet werden, sodass auch im Nachhinein die mit dem Live-Event assoziierten Produkte beim Ansehen des Videos erworben werden können.

Bevorzugt kann der Benutzer über den Avatar auch seine persönliche momentane Gefühlslage ausdrücken, indem er den Avatar „emotional auflädt“, sodass der Avatar die Tagesverfassung bzw. englisch „Mood“ des Benutzers widerspiegelt. Dies kann dadurch erfolgen, dass der Benutzer ein seinen Gemütszustand repräsentierendes Symbol auswählt und in den Oberkörper des Avatars hineinzieht (Drag and drop), oder beim Anklicken oder Überstreichen des Oberkörpers mit dem Cursor ein Dropdown-Menü erscheint zur Auswahl des Symbols. Eine solche grafische Darstellung von vielen emotionalen Symbolen kann als „emotional Wardrobe“ bezeichnet werden.

Das Modell mit „drag and drop“ kann auch verwendet werden um Symbole dem Inhalt oder Produkten zuzuweisen, beispielsweise indem ein Emoji vom Fenster des Avatars aus zum Player gezogen wird und dort fallen gelassen wird. Die Community Anwendung kann dabei Benutzerdaten, das Emoji, den Abspielzeitpunkt des Inhalts und/oder die Koordinaten im Playerfenster beim Fallenlassen mit Referenz zum Inhalt speichern. Beispielsweise können diese Emojis beim nächsten Abspielen des Inhalts durch einen anderen Benutzer durch die Community-Anwendung wieder aufgerufen werden und im Player zur gespeicherten Zeit an der gespeicherten

Position dargestellt werden, wobei diese Funktion bevorzugt durch den Benutzer ein oder ausgeschaltet werden kann, bzw. der Benutzer oder die Benutzer, deren emotionale Kommentare in Form von Emojis und/oder Interjektionen bei der Wiedergabe dargestellt werden, ausgewählt werden kann. Alternativ können die Emojis und/oder Interjektionen neben dem Player oder in dessen Timeline dargestellt werden. Aus allen zum Inhalt vergebenen Emojis und Interjektionen kann eine oder mehrere Bewertungen ermittelt werden, welche beispielsweise bei Vorschau des Inhalt angezeigt werden. Beispielsweise wird die Anzahl an positiven, negativen und neutralen Emojis, bzw. Emoticons und Interjektionen angezeigt, oder die am Häufigsten gewählten oder ein emotionaler Mittelwert. Eine weitere Möglichkeit ist, bei einem Video die Interjektionen der Tonspur insbesondere Musik zuzuordnen und die Emojis bzw. Emoticons der Bildspur oder umgekehrt, sodass der Benutzer auf einfache Weise Bild- und Tonspur getrennt voneinander bewerten kann und diese Bewertung auch anderen Benutzern präsentiert werden kann. Aus allen Benutzer-Bewertungen erstellt die Community-Anwendung Ratings, Rankings oder Listen, wie Hitparaden, welche den Benutzern präsentiert werden können. Dabei können die Bewertungen von Benutzern mit höherem Status höher gewichtet werden.

Bei der gegenständlichen Community-Anwendung ist eine direkte Kommunikation zwischen den Benutzern nicht erforderlich, kann aber zusätzlich vorhanden sein.

Erfindungsgemäß wird der Benutzer innerhalb der Community-Anwendung anhand seines Status in eine Gruppenstruktur eingeordnet. Bevorzugt ist die Stellung innerhalb der Struktur für den Benutzer und bevorzugt auch für andere Benutzer sichtbar, beispielsweise indem diese Struktur als Liste oder eine Art Baumstruktur anzeigbar ist. Ein Symbol für den Status des Benutzers, bzw. seine Stellung bzw. Rang innerhalb der Struktur, wird bevorzugt auch dem Avatar als Statussymbol zugeordnet.

Umfasst die Community-Anwendung mehrere unabhängige Gruppen können auch diese Gruppen in eine Struktur bzw. ein Ranking eingegliedert werden, unabhängige Gruppen können konkurrierende Gruppen sein, wobei ein Avatar einer Gruppe nicht Mitglied in der anderen Gruppe sein kann, der Benutzer müsste somit über zwei eigenständige Avatare verfügen, um Mitglied bei beiden Gruppen zu sein. Anders verhält es sich beispielsweise wenn eine Community zu einer Hauptgruppe mehrere Untergruppen aufweist, wobei hier die Untergruppen auch durch ihren Status in der Struktur aufsteigen können. Bei dem Modell einer Hauptgruppe mit mehreren Untergruppen kann der Benutzer vorteilhaft mit einem Avatar Mitglied in mehreren Untergruppen sein, wobei er beispielsweise durch die Interaktion mit einem der Untergruppe zugeordnetem Video automatisch Mitglied der Untergruppe, bzw. der jeweiligen Fan-Community werden kann.

Beispiel für das konkurrierende Modell wäre eine Community deren gemeinsames Interesse eine Sportart ist, wobei die konkurrierenden Gruppen, bzw. Fan-Communitys unterschiedliche Vereine repräsentieren. Die Mitglieder der einzelnen Vereine können durch ihre Aktivität ihren Verein im Ranking nach oben verhelfen und sich selbst innerhalb der Struktur ihres Vereins nach oben schieben.

Beispiel einer Community mit Untergruppen wäre eine Community deren gemeinsames Interesse Musik oder eine Musikrichtung ist, die Untergruppen, bzw. Fan-Communitys sind in diesem Fall Künstler, Musiker bzw. Musikgruppen. Die Aktivität eines Benutzers in einer Untergruppe hebt seinen Status innerhalb dieser Untergruppe sowie den Status der Untergruppe und seinen Status in der Community.

Sofern Communities oder Gruppen Oberhäupter aufweisen, können diese vorteilhaft mit Administratorrechten ausgestattet sein, beispielsweise um die Mitglieder der Gruppe verwalten zu können, oder Regeln für die Mitgliedschaft festzulegen. Beispielsweise können Künstler, Vertreter der Künstler, Communitymanager oder Vereinsverantwortliche der Gruppe vorstehen. Denkbar ist es auch

die Gruppe sich selbst zu überlassen, sodass der aktivste Benutzer bzw. der Benutzer, welcher sich den höchsten Status verdient hat, der Gruppe vorsteht. Denkbar wäre auch die Gruppe demokratisch zu gestalten, sodass die Vergabe von Funktionen innerhalb der Gruppe oder wichtige Entscheidungen durch Abstimmung der Mitglieder erfolgen.

Bei einer bevorzugten Variante ist vorgesehen, dass ein nicht-registrierter Benutzer Zugriff auf Community-Anwendung bzw. alle offenen Gruppen der Community-Anwendung hat. Dabei hat der Benutzer die Möglichkeit sich zu registrieren und einen Avatar anzulegen oder er wird automatisch als Mitglied der Community angelegt, sobald er die erste Kauf-Transaktion tätigt. Dies ist möglich, da der nicht-registrierte Benutzer bei Tätigen der Kauftransaktion die für die Community-Anwendung benötigten Basisdaten, insbesondere Name, Versandadresse und eventuell Zahlungsdetails einzugeben hat. Zu diesen Basisdaten kann das neu angelegte Mitglied noch weitere Daten eingeben wie Geschlecht, Interessen und Hobbys, Familienstatus, Kleidergröße, Alter, Erscheinungsmerkmale. Durch diese Angaben kann ein gendermäßiger Avatar erstellt werden, wobei gegebenenfalls auch Interessen, Hobbys, Alter und Erscheinungsmerkmale datentechnisch verarbeitet werden können um einen individualisierten Avatar zu kreieren. Dieser individualisierte Avatar kann in allen Gruppen der Community einheitlich erscheinen, bzw. kann wie weiter oben bereits beschrieben das Erscheinungsbild an die jeweilige Gruppe bzw. Community angepasst werden. Eine weitere Möglichkeit ist, dass der Benutzer mit Mitgliedschaft in einer Gruppe die individuellen Erscheinungsmerkmale der Gruppe erhält und mit diesen seinen Avatar wahlweise ausstatten kann. Ist der Benutzer Mitglied in mehreren Gruppen kann er seinen Avatar mit allen so erhaltenen Erscheinungsmerkmalen individuell gestalten.

In einer weiteren erfindungsgemäßen Erweiterung ist vorgesehen, dass der Avatar animierte Bewegungen ausführt, welche in Kontext zum abgespielten Inhalt oder zur jeweiligen Gruppe, bzw. Fan-

Community stehen, diese Bewegungen werden in Folge als Vibrations und Moves bezeichnet. So kann sich der Avatar beispielsweise zur Musik bewegen. Besonders bevorzugt sind die Vibrations bzw. Moves typischen Bewegungen des jeweiligen der Fan-Community zugeordneten Künstlers oder Sportlers nachempfunden, bzw. stehen in Zusammenhang mit dem Thema der Community, welches beispielsweise eine Musikrichtung oder eine Sportart ist. Ein typischer Move kann beispielsweise das Headbanging von Metal-Fans sein.

Die Erfindung wird an Hand von Zeichnungen veranschaulicht:

Fig. 1: zeigt schematisch ein beispielhaftes erfindungsgemäßes Datenverarbeitungssystem.

Fig. 2: zeigt schematisch ein erstes beispielhaftes Interface der erfindungsgemäßen Kommunikations-Komponente.

Fig. 3: zeigt schematisch ein zweites beispielhaftes Interface der erfindungsgemäßen Kommunikations-Komponente.

Fig. 4: zeigt schematisch ein beispielhaftes Interface zur Darstellung der Struktur der Community-Mitglieder.

Fig. 5: zeigt schematisch die Interaktionsstruktur der Nutzer der erfindungsgemäßen Anwendung.

Fig. 6: Zeigt schematisch die Komponenten der erfindungsgemäßen Anwendung.

Fig. 7: Zeigt schematisch die Abläufe beim Abspielen eines Inhalts im Player der erfindungsgemäßen Anwendung.

Fig. 1 zeigt schematisch ein beispielhaftes System, welches für die erfindungsgemäße Datenübertragungsmethode geeignet ist. Das System umfasst dabei zumindest ein Benutzergerät 1 und einen Server, auf welchem die Community-Management-Komponente ausgeführt wird, welcher in Folge als Community-Server 2 bezeichnet wird. Das System umfasst zudem einen beliebigen

Speicher für die im Player abspielbaren Inhalte 4, dieser Speicher wird als Cloud 3 bezeichnet. Das System umfasst zudem bevorzugt zumindest einen Server zum Ausführen einer E-commerce-Anwendung, dieser Server wird in Folge als E-Commerce-Server bezeichnet.

Das Benutzergerät 1 ist in Datenverbindung mit dem Community-Server 2 und bevorzugt auch mit der Cloud 3 und dem E-Commerce-Server 8. Alternativ könnte die Kommunikation des Benutzergeräts 1 mit der Cloud 3 und dem E-Commerce-Server 8 über den Community-Server 2 erfolgen, wie in Fig.1 strichlierten veranschaulicht ist, jedoch würde diese Variante einen hohen Rechen- und Datentransferaufwand für den Community-Server 2 bedeuten, insbesondere wenn eine Vielzahl von Benutzern auf Inhalte 4 zugreift.

Daher ist bevorzugt vorgesehen, dass Inhalte 4 in der Cloud 3 gespeichert sind und diese direkt von dort vom Benutzer abgerufen werden können, beispielsweise aus Videoportalen oder von Streaming-Anbietern. Der Benutzer kann dabei den gewünschten Inhalt 4 über eine externe Anwendung suchen und auswählen und diesen dann mit dem Player der erfindungsgemäßen Anwendung abspielen, also zum Abspielen des Inhalts 4 zur erfindungsgemäßen Anwendung wechseln, beispielsweise durch Anklicken eines zum Inhalt 4 angezeigten Links. Bevorzugt ist der Player der erfindungsgemäßen Anwendung ein eingebetteter Player eines Videoportals oder eines Streaming-Anbieters, wobei der eingebettete Player üblicherweise Steuerungselemente aufweist, um die Wiedergabe des Inhalts 4 zu steuern. Diese Steuerungselemente umfassen beispielsweise ein Play-, Pause- und Stopptaste. Bevorzugt zeigt der eingebettete Player nach abspielen des Inhalt 4 eine Liste oder Tabelle mit weiteren Inhalten an, welche einen Bezug zum abgespielten Inhalt 4 aufweisen und als nächstes abgespielt werden können. Der eingebettete Player kann auch in Form einer Wiedergabeliste eingebettet sein, sodass beim Ende eines Inhalts 4 automatisch der nächste Inhalt 4 abgespielt wird.

Wird vom Benutzer ein Inhalt 4 ausgewählt, welcher im Player abzuspielen ist, werden Informationen 4.1 zum Inhalt 4 an den Community-Server 2 gesendet, welche es dem Community-Server 2 erlauben, den Inhalt 4 oder dessen Thema zu identifizieren. Wurde der Inhalt bereits von anderen Benutzern aufgerufen, bzw. wurden bereits Produkte oder Dienstleistungen durch die Content-Management-Komponente zum Inhalt gespeichert, werden die Produktinformationen 5, Ratinginformationen 7 und Feedbackinformationen 8 vom Community-Server 2 aufgerufen und an das Benutzergerät 1 übermittelt. Am Benutzergerät 1 wird der Inhalt 4 im Playerfenster und die Produktinformationen 5, Ratinginformationen 7 und Feedbackinformationen 8 im E-Commerce-Shop-Fenster dargestellt.

Der Community-Server 2 sendet zudem zu jedem Produkt oder jeder Dienstleistungen einen Link zu zumindest einem E-Commerce-Server 8, dessen Betreiber das Produkt bzw. die Dienstleistung im Sortiment hat, an das Benutzergerät 1. Das Benutzergerät 1 stellt eine Verbindung zum E-Commerce-Server 8 her und erhält Informationen zum Produkt, wie insbesondere Preis und Verfügbarkeit. Die Reihung der angezeigten Produkte oder Dienstleistungen im E-Commerce-Shop-Fenster wird nach den Ratinginformationen 7 des Produkts vorgenommen. Das Rating wird durch den Community-Server 2 berechnet, wobei die Parameter zum Erstellen des Ratings zumindest das Feedback der Benutzer zum Produkt umfassen und zudem bevorzugt E-Commerce-Information, welche beispielsweise die Anzahl der getätigten Käufe oder den Produktumsatz umfassen und/oder zudem Informationen der Content-Management-Komponente umfassen, welche in Neuheit des Produkts oder einer durch den Anbieter des Produkts vorgegebenen Priorität des Produkts bestehen können.

Gegebenenfalls können die Ratinginformationen, bzw. die Anzeige der Produkte und Dienstleistungen am Benutzergerät 1 aufgrund der Informationen des E-Commerce-Servers 8 abgeändert werden, beispielsweise wenn ein Produkt oder eine Dienstleistung nicht verfügbar ist. Die Informationen des E-Commerce-Servers 8 werden

bevorzugt von der am Benutzergerät 1 ausgeführten Kommunikationskomponente an den Community-Server 2 übermittelt.

Alternativ kann auch der Community-Server 2 in Datenverbindung mit dem E-Commerce-Server 8 sein, in diesem Fall erfolgt regelmäßig oder bei Bedarf ein Update der Produktinformationen durch den Community-Server 2, wobei diese zumindest den Preis und die Verfügbarkeit des Produkts umfassen.

Bei einer erfindungsgemäßen Variante ist vorgesehen, dass ein Server als Community-Server 2 und E-Commerce-Server 8 dient. Dies ist sinnvoll, wenn der Betreiber der Community zugleich Anbieter der Produkte ist, beispielsweise bei einer sehr spezialisierten Community, die auf nur einen Künstler oder Verein ausgerichtet ist. Beispielsweise ist es auch möglich, dass jede Gruppe einer erfindungsgemäßen Community einen eigenen Community-Server 2 und/oder E-Commerce-Server 8 aufweist. Dabei kann es auch sinnvoll sein, dass die Inhalte 4 am Server der spezialisierten Community bzw. der Gruppe gespeichert sind, oder an einem externen Speicherort wie der Cloud 3 abgelegt sind und nur vom Community-Server abgerufen werden können, beispielsweise in Form der Musikvideos des Künstlers, welchem die Fan-Community bzw. die Fan-Gruppe zugehört. In diesem Fall wird der Inhalt 4 vom Benutzergerät 1 vom Community-Server 2 gestreamt, beispielsweise um zu verhindern, dass sich das Video außerhalb der Fan-Community oder Gruppe unkontrolliert verbreitet.

Während oder nach Abspielen des Inhalts 4 kann der Benutzer Feedback 7.1 zum Inhalt 4, oder den Produkten bzw. Dienstleistungen geben. Dieses Feedback 7.1 wird an den Community-Server 2 gesendet und von diesem zur Berechnung des Ratings des Inhalts 4 oder des Produkts bzw. der Dienstleistung herangezogen, bzw. den Feedbackinformationen 8 hinzugefügt. Interagiert der Benutzer mit dem E-Commerce-Server 8 in Form von Transaktionen 9, werden die die Transaktions-Informationen 9.1 erfasst und an den Community-Server 2 übermittelt, wobei die Transaktions-Informationen 9.1 zur Berechnung des Ratings des

Inhalts 4 und/oder des Produkts bzw. der Dienstleistung herangezogen werden.

Das Benutzerfeedback 7.1 und die Transaktions-Informationen 9.1 werden vom Community-Server 2 auch zum Benutzerprofil abgespeichert und es wird aus diesen Informationen ein Benutzerrating berechnet.

In Fig. 2 ist ein beispielhaftes am Benutzergerät 1 angezeigtes Interface der Kommunikations-Komponente gezeigt, welches die Funktionalitäten eines E-Commerce-Shops umfasst.

Das Interface umfasst ein Player-Fenster 11 zur Darstellung des Inhalts 4, bzw. zur Darstellung von vorgeschlagenen auswählbaren Inhalten 4 vor oder nach Abspielen des Inhalts 4.

Neben dem Player-Fenster 11 ist zumindest ein weiteres Fenster angeordnet zur Darstellung der Funktionen der Community-Anwendung insbesondere zur Darstellung des Avatars 13 und der Funktionalitäten der E-Commerce-Komponente. Zusätzlich kann ein Logo 12 angezeigt werden, welches zur Identifikation der Fan-Community bzw. der Gruppe oder eines dem Inhalt 4 zugeordneten Inhabers wie z.B. Künstlers oder Vereins zeigt. Wie im Player-Fenster 11 der Fig. 2 dargestellt kann es sich beim Inhalt 4 um die Zusammenfassung oder die Wiedergabe, bzw. den Livestreams eines Fußballspiels handeln, wobei das Logo 12 den Verein repräsentiert, welcher die Fan-Community betreibt, bzw. dessen Produkte zum Inhalt 4 angeboten werden. Wie in Fig. 3 gezeigt kann es sich beim Inhalt auch um ein Musikvideo oder ein Livekonzert handeln, wobei das Logo 12 den Künstler bzw. die Band repräsentiert.

Die angezeigten Funktionalitäten der E-Commerce-Komponente umfassen Produktinformationen wie bevorzugt eine Produkt-Darstellung 14, Produktname 14.1 und Preis 14.2. Zudem werden bevorzugt das Produktrating 16 und das gesammelte Produkt-Feedback 17 angezeigt. Das Produktrating 16 kann ein numerischer Wert sein, welcher in Form von Punkten vorliegt und die Erstellung von Listen bzw. Charts ermöglicht. Das Produkt-Feedback 17 wird durch eine symbolische Zusammenfassung des

bereits gegebenen Feedbacks der Community-Mitglieder dargestellt. Ist das Produkt-Feedback 17 beispielsweise überwiegend positiv wird dessen Icon als positives Emoticon wie beispielsweise ein fröhliches Smiley, oder als positive Interjektion wie beispielsweise „WOW!“ oder „TOP“ dargestellt. Zum Geben von Feedback zum Produkt klickt der Benutzer beispielsweise das Icon des Produktfeedbacks 17 und kann in einem Pop-Up Fenster bzw. Pull-Down Menü aus einer Vielzahl von Emojis, bzw. Emoticons oder Interjektionen jenes auswählen, welches seine Gefühle gegenüber dem Produkt widerspiegelt.

Dasselbe Prinzip wie für das Produktfeedback 17 und das Produktrating 16 ist auch für den Inhalt 4 anwendbar, beispielsweise indem neben dem Player-Fenster 11 das Inhaltsrating und das Inhaltsfeedback in gleicher Weise dargestellt sind. Denkbar ist es auch das Künstlerrating bzw. Künstlerfeedback neben oder am Logo 12 darzustellen, bzw. das Benutzerranking neben oder am Avatar 13. Das Feedback zum Inhalt 4 oder einem Produkt kann auch durch den Avatar 13 ausgedrückt werden, beispielsweise kann der Avatar seinen Gesichtsausdruck ändern, wenn der Benutzer ein Produkt anklickt. Beispielsweise kann das Feedback zum Inhalt 4 oder einem Produkt auch durch den Gesichtsausdruck des Avatars eines oder mehrerer anderer Benutzer dargestellt werden, welche den Inhalt oder das Produkt bereits bewerteten, indem diese Avatare mit der entsprechenden Emotion neben dem Inhalt 4 oder dem Produkt angezeigt werden.

Durch Anklicken eines Kauf-Buttons 15 kann das Produkt gekauft, oder wie symbolisch dargestellt zunächst in den Warenkorb gelegt werden. Über Menüelemente 18 kann beispielsweise eine Produktkategorie ausgewählt werden wie beispielsweise T-Shirts, Schals, Kappen oder Eintrittskarten. Im Zusatzfenster 19 können zusätzliche Funktionen vorhanden sein, beispielsweise ein Button zum Aufrufen des Warenkorbs, der AGBs oder von Funktionalitäten der Community-Anwendung wie Benutzer-Rankings oder des Benutzerprofils bzw. der Benutzerdaten wie Lieferadresse, Zahlungseinstellung oder persönliche Informationen.

Der Avatar 13 des Benutzers ist in den Fig. 2 und 3 vereinfacht dargestellt, dieser weist bevorzugt weitere Benutzerinformationen 13.1 auf, wie den Benutzernamen, den momentanen emotionalen Status bzw. den Mood des Benutzers und/oder eine symbolische Repräsentation des Benutzerstatus oder ein numerisches Ranking des Benutzers innerhalb der Community.

In Fig. 4 ist ein beispielhaftes Fenster zur Darstellung der Benutzerstruktur innerhalb der Community gezeigt. Dabei liegt die Benutzerstruktur beispielsweise in einer sehr einfachen Ausführung als Liste vor. Jedem Benutzer ist ein Benutzerrating 13.3 zugeordnet, welches seinen Status innerhalb der Community widerspiegelt.

Das Benutzerrating 13.3 kann ein numerischer Wert sein, beispielsweise um eine eindeutige Reihung der Benutzer zu ermöglichen ohne geteilte Plätze. Das Benutzerrating 13.3 kann aber auch eine Statusbezeichnung sein, oder der numerische Wert als solche angezeigt werden, beispielsweise kann diese Statusbezeichnung, „Rookie“, „Newcomer“, „Insider“, „Shootingstar“, „Veteran“, „Leader“ sein, um die Partizipation des Benutzers in der Community mit einem Wort zu beschreiben. Die obigen Begriffe könnten auch durch Symbole dargestellt werden.

In einer Übersichtsliste 20 ist die Reihung aller Benutzer beispielsweise mit Benutzername 13.5 und Benutzerranking 13.3 dargestellt. In der Detailansicht daneben sind zu einem oder mehreren ausgewählten Benutzer deren Avatare 13, deren Mood 13.2, deren Benutzerranking 13.3, ein Kontaktbutton 13.4 und zusätzliche Benutzerinformationen 13.6, wie die Meinung des Nutzers zum Gegenstand der Community, persönliche Gedanken oder Informationen des Benutzers, wie beispielsweise Interessen und Vorlieben, oder eine Übersicht über die Mitgliedschaften eines Benutzers in verschiedenen Gruppen bzw. Fan-Communities.

Zudem wird der Gegenstand der Community beispielsweise durch das Logo 12 repräsentiert, wobei der Gegenstand der Community beispielsweise ein Künstler ist.

Bei Anklicken des Logos 12 kann beispielsweise eine Liste der Gruppen bzw. Fancommunitys erscheinen, welche ebenfalls das Interface der Fig. 4 aufweisen kann und beispielsweise eine Reihung der unterschiedlichen Künstler darstellt. Eine solches Interface könnte auch zur Darstellung der Reihung bzw. des Ratings von Inhalten 4 oder Produkten oder Dienstleistungen dienen, beispielsweise als Liste der verfügbaren Musiktitel bzw. Musikvideos aller Künstler, gereiht nach der Anzahl an Transaktionen der Musiktitel selbst oder Produkten zu diesen sowie dem zum Inhalt 4 gegebenen Feedback zur Erstellung von Musik- bzw. Video-Charts.

In Fig. 5 sind schematisch die Interaktionsmöglichkeiten von Anbietern und Benutzern gezeigt. Der Anbieter ist beispielsweise ein Musik- oder Videokünstler 102, welcher seine Produkte über die gegenständliche Community-Anwendung anbietet. Der Benutzer ist ein Fan 105 des Videokünstlers 102. Dabei erfolgt die Interaktion des Videokünstlers 102 mit dem Fan 105 über das Interface 103 der Kommunikations-Komponente, wobei keine direkte, bzw. bidirektionale Kommunikation zwischen Videokünstler 102 und dem Fan 105 erfolgen muss.

Der Anbieter stellt der Community-Anwendung Inhalte 4 zur Verfügung indem er diese an den Community-Server 2 übermittelt oder dem Community-Server 2 einen Link zum Inhalt 4 übermittelt, oder dem Community-Server Informationen zur eindeutigen Identifikation des Inhalts übermittelt. Die Inhalte 4 sind beispielsweise Video- und/oder Audiodateien 101 oder Livestreams 111 von Veranstaltungen. Mit den Video- und/oder Audiodateien 101 oder Livestreams 111 transportiert der Anbieter 102 Emotionen zum Fan 105. Eine optionale weitere Möglichkeit Emotion zu transportieren sind die sogenannten Vibrations oder Moves 121, welche durch den Videokünstler 102 vorgebar sind und Bewegungen des Avatars 13 des Fans 105 darstellen, welche dieser bevorzugt in Abhängigkeit des Inhalts 4 ausführt. Der Videokünstler 102 erhält vom Benutzer 105 bzw. gesammelt von der Community 104 Feedback zu den Video- und/oder Audiodateien 101

oder Livestreams 111 und gegebenenfalls zu den Vibrations oder Moves 121 und erhält so wertvolle Informationen für die Vermarktung seiner Musiktitel bzw. Videos oder für die Verbesserung seines Web-Auftritts.

Der Fan 105 interagiert mit dem Videokünstler 102 durch Gabe von Feedback, wobei vorgesehen ist, dass dieses Feedback in Form von Emojis bzw. Emoticons und/oder Interjektions gegeben werden kann, welche der Fan 105 aus einer Bibliothek 133 auswählen kann. Jedes Emoji bzw. Emoticon und/oder jede Interjektion hat eine bestimmte Bedeutung, welche durch die Community-Anwendung zugewiesen wird. Gegebenenfalls kann die Bedeutung des jeweiligen Symbols dem Fan 105 auch in Form von Text angezeigt werden, sollte ihm das Symbol unklar sein, beispielsweise indem dieser durch eine Hilfefunktion weitere Informationen zum Symbol aufrufen kann. Das Feedback des Fans 105 bzw. aller Fans 105 wird von der Community-Anwendung gespeichert und kann so vom Videokünstler 102 aufgerufen werden. Die Fancommunity 104 ist die Gesamtheit aller Fans 105, wobei die Faninteraktionen 134 des Fans 105 Auswirkungen auf seinen Status oder den Status anderer Fans in der Fancommunity 104 hat.

Der Videokünstler 102 kann über die Shop-Befüllung 106 vorgeben, welche Produkte bzw. Dienstleistungen er anbietet. Die Shop-Befüllung 106 erfolgt über die Content-Management-Komponente. Der Videokünstler 102 kann beispielsweise vorgeben, welche Produkte welchen Videos zugeordnet werden sollen, bzw. zu welchem Zeitpunkt des Videos- oder Livestreams die Produkte anzuzeigen sind. Der Videokünstler 102 gibt als Basisinformation zu den Produkten bzw. Dienstleistungen eine eindeutige Identifikation und eine Bezugsquelle dieser bekannt, beispielsweise den Produkttitel und den Versandhändler bzw. den E-Commerce-Server 8, über welchen das Produkt beziehbar ist. Der Videokünstler erhält von Fan 105 bzw. der Fan-Community 104 wiederum Feedback zu seinen Produkten oder Dienstleistungen.

Der Fan 105 kann auch seinen eigenen Gemütszustand bzw. Mood bekannt geben, beispielsweise indem dieser ein Symbol aus einer

emotionalen Wardrobe 132 auswählt. Das ausgewählte Symbol wird dann neben oder am Avatar 13 dargestellt, oder der Avatar 13 passt sein Erscheinungsbild an das Symbol an. In der emotionalen Wardrobe 132 der Fig. 6 sind beispielhaft verschiedene Emojis gezeigt.

In Fig. 7 ist ein beispielhaftes Strukturdiagramm einer erfindungsgemäßen Community-Anwendung 200 gezeigt. Die Community-Anwendung 200 umfasst dabei eine Content-management-Komponente 201, eine E-Commerce-Komponente 202, eine Kommunikations-komponente 203, eine Wiedergabekomponente 204 und eine Community-Management-Komponente 205. Die Content-management-Komponente 201 umfasst die Funktionen Produktbefüllung 211, also die Zuweisung von Produkten zu Inhalten 4, Inhalts- bzw. Produktplatzierung 212, also die Platzierung von Inhalten 4 bzw. Produkten im Internet, Produktupdate 213, also die Aktualisierung von Produktinformationen, oder zur Aktualisierung der Produkte bei Produktupgrades oder Produktänderungen, Inhaltsvernetzung 214, also die Zuordnung von ähnlichen Inhalten 4 zueinander und zu den Communities um diese dem Benutzer vorschlagen zu können, oder diese über eine Suchfunktion anzeigen lassen zu können.

Die E-Commerce-Komponente 202 umfasst die Funktionen Kaufabwicklung 221, also die Kommunikation mit einem E-Commerce-Server 8 um Transaktionen abschließen zu können und die Versandabwicklung 222, also die Kommunikation mit dem E-Commerce-Server 8 oder dem Server eines zusätzlichen Versandanbieters, falls Verkauf und Versand durch unterschiedliche Anbieter erfolgt, um die Zustellung der Waren an den Benutzer zu veranlassen.

Die Kommunikations-Komponente 203 dient zur Kommunikation zwischen der erfindungsgemäßen Anwendung und dem Benutzer und umfasst beispielsweise die Funktionen der Produktbewertung 231 durch den Benutzer, Produktreihung 232, also der Anzeige der Produkte nach einer gewissen Reihung, Chartdarstellung 233, also der Anzeige der Inhalte 4 in einer gewissen Reihung,

Datenübertragung 234 also Übermittlung aller für die Community oder die Marktforschung relevanten Eingaben des Benutzers an die Community-Management-Komponente. Die Wiedergabekomponente 204 umfasst die Funktion Wiedergabe 241 von Inhalten, sowie in einer erfindungsgemäßen Variante eine Verwaltungsfunktion 242 der Inhalte 4. Die Verwaltungsfunktion 242 kann umgesetzt werden, indem die Inhalte 4 in einer eigenen Videodatenbank der Community gesammelt und verwaltet werden, um so ein Fan-Videoportal speziell für die Community zu etablieren, anstatt die Wiedergabe der Inhalte 4 aus Videoportalen anderer Anbieter einzubetten. Das Fan-Videoportal wird dazu bevorzugt auf einem eigenen Server betrieben, welcher direkt mit dem Player bzw. der Kommunikationskomponente in Datenverbindung steht.

Die Community-Management-Komponente 205 umfasst unter anderem die Funktionen Datenspeichern 251, also das Speichern der Benutzerfeedbacks und von Benutzer-Transaktionen, Datenverarbeitung 252, also das Verarbeiten des Benutzerfeedbacks und von Benutzer-Transaktionen zur Erstellung von Rankings, Charts und zusammengefasstem Feedback, Kommunikationsmanagement 253 also die Definition und Schaffung von Kommunikationskanälen zwischen den Fans untereinander und zwischen den Betreibern und den Fans, Benutzermanagement 254, also die Verwaltung der Benutzer insbesondere deren Community-Mitgliedschaften, persönliche Kontakte, Zahlungs- und Benutzerinformationen, Erscheinungsbild des Avatars oder Status und Rechte innerhalb der Community.

In Fig. 7 ist ein erfindungsgemäßer Prozess dargestellt, welcher die Abläufe bei Abspielen eines Inhalts 4 verdeutlichen soll. Zuerst erfolgt durch den Benutzer eine Auswahl 300 des Inhalts 4, worauf der Start 301 der Wiedergabe erfolgt. Der Inhalt wird dabei bis zum Stopp 303 der Wiedergabe abgespielt, wobei das Abspielen durch einen optionalen Prozessschritt Pause 302 unterbrochen werden kann. Parallel zum Abspielen des Inhalts 4 laufen zwei weitere Prozesse nämlich der Feedback-Prozess und der E-Commerce-Prozess. Der Feedback-Prozess wird eingeleitet

indem der Benutzer während der Wiedergabe des Inhalts 4 die Eingabe Feedback-Geben 310 tätigt, wobei sich diese Eingabe bereits auf das Produkt oder den Inhalt beziehen kann. Darauf wird der im Schritt Feedback-Auswahl 311 eine Aufstellung der auswählbaren Symbole in Form von Emojis bzw. Emoticons und Interjektionen angezeigt, aus welchen der Benutzer zumindest eines wählen kann und gegebenenfalls auswählen kann ob dieses dem Inhalt 4 oder einem Produkt zuzuordnen ist. Bei Ausführen der Feedback-Auswahl 311 kann das Video beispielsweise automatisch oder durch Benutzereingabe pausiert werden, oder weiterlaufen. Hat der Benutzer zumindest ein Symbol ausgewählt wird im Schritt Feedback-Senden 312 das Symbol oder dessen Bedeutung sowie der Kontext des Symbols, also Informationen betreffend des Inhalts, Produkts, und/oder Zeitpunkt auf den sich das Symbol bezieht und durch welchen Benutzer es gegeben wurde, an die Community-Management-Komponente übermittelt.

Der zweite parallele Prozess zur Wiedergabe des Videos ist der E-Commerce Prozess, wobei dieser durch die Auswahl Produkt-Kaufen 320 startet. Im Schritt Kaufoptionen 321 kann der Benutzer beispielsweise auswählen zwischen Sofortkauf 322 und Ablage im Warenkorb 323. Beispielsweise kann er optional auch auswählen die Wiedergabe zu pausieren. Wird die Option Sofortkauf 322 gewählt kann die Bestellung mit der E-Commerce-Anwendung noch während der Wiedergabe des Inhalts 4 abgeschlossen werden. Wird die Option Ablage im Warenkorb 323 ausgewählt, kann das Abschließen der Bestellung 324 bei der E-Commerce-Anwendung zu einem beliebigen Zeitpunkt nach Ende 303 der Wiedergabe erfolgen. Informationen zum Sofortkauf 322, zur Ablage im Warenkorb 323 und zum Abschließen der Bestellung 324 werden mit dem jeweiligen Kontext (Benutzer der die Transaktion tätigte und Inhalt 4 zu welchem die Transaktion erfolgte) an die Community-Management-Komponente gesendet.

Ansprüche

1. Verfahren zur Steuerung einer Community-Anwendung, welche eine medienbasierte E-Commerce-Funktionalität umfasst, dadurch gekennzeichnet, dass

ein Player vorhanden ist, der einen Inhalt in Form einer Audiodatei, eines Videos oder eines Livestreams abspielt,

eine Content-Management-Komponente vorhanden ist, durch welche Produkte oder Dienstleistungen den im Player abgespielten Inhalten zugeordnet werden und Informationen zu diesen Produkten oder Dienstleistungen an die Kommunikationskomponente übermittelt werden,

eine E-commerce-Komponente vorhanden ist, welche es erlaubt Transaktionen zum Erwerb der Produkte oder Dienstleistungen durchzuführen,

eine Community-Management-Komponente vorhanden ist, zur Verwaltung und Vernetzung von Benutzern und zur Verarbeitung von Benutzereingaben der Kommunikationskomponente,

eine Kommunikationskomponente vorhanden ist, welche die Eingaben von Benutzern erfasst und diese an die Community-Management-Komponente übermittelt, wobei die Benutzereingaben zumindest Bewertungen der im Player abgespielten Inhalte oder der den Inhalten zugeordneten Produkte oder Dienstleistungen umfassen.
2. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass die besagte Kommunikationskomponente einen Avatar umfasst, dessen Emotionen oder Gesten durch den Benutzer beeinflussbar sind, wobei die Emotionen oder Gesten Steuerungsbefehle sind oder in solche übersetzt werden, wobei über besagte Steuerungsbefehle die E-Commerce-Komponente gesteuert wird

und die im Player abgespielten Inhalte oder die den Inhalten zugeordneten Produkte oder Dienstleistungen bewertet werden, wobei die Kommunikationskomponente die zu den Inhalten, Produkten oder Dienstleistungen abgegebenen Bewertungen sowie die durchgeführten Transaktionen der E-commerce-Komponente erfasst und an die Community-Management-Komponente sendet, welche diese datentechnisch verarbeitet und diese verarbeiteten Daten speichert, weiteren Nutzern zur Verfügung stellt oder Steuerungsbefehle zurück an die Kommunikationskomponente sendet.

3. Verfahren nach Anspruch 2, dadurch gekennzeichnet, dass die Steuerung der E-commerce-Komponente über die Gesten und die Bewertung der Inhalte, Produkte oder Dienstleistungen über die Emotionen des Avatars erfolgt.
4. Verfahren nach einem der Ansprüche 2 bis 3, dadurch gekennzeichnet, dass der Benutzer durch die Auswahl von Emojis, Emoticons oder Interjektionen die Emotionen des Avatars beeinflussen kann.
5. Verfahren nach einem der Ansprüche 2 bis 4, dadurch gekennzeichnet, dass der Benutzer durch Bewegung der Maus die Gesten des Avatars beeinflussen kann.
6. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass mehrere zeitliche Abschnitte oder Zeitpunkte der im Player abgespielten Inhalte unabhängig voneinander bewertet werden können.
7. Verfahren nach Anspruch 6, dadurch gekennzeichnet, dass das Feedback zu einer spezifischen Position im Player Fenster gegeben wird.
8. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass die Community-Management-Komponente die Eingaben und

Transaktionen der Benutzer datentechnisch verarbeitet und daraus die Stellung des Benutzers innerhalb einer hierarchischen Struktur aller Benutzer berechnet.

9. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass die Community-Anwendung während der Wiedergabe eines Inhalts die Eingaben der Benutzer und den jeweiligen Kontext der Benutzereingabe erfasst, datentechnisch verarbeitet und speichert, wobei der Kontext der im Player abgespielte Inhalt, ein dem Inhalt zugeordnetes Produkt oder eine dem Inhalt zugeordnete Dienstleistung ist.
10. Verfahren nach Anspruch 9, dadurch gekennzeichnet, dass die Community-Anwendung während der Wiedergabe eines Inhalts die Transaktionsinformationen der Benutzer und den jeweiligen Kontext der Transaktion erfasst, datentechnisch verarbeitet und speichert, wobei der Kontext zumindest den im Player abgespielten Inhalt umfasst.
11. Verfahren nach Anspruch 10, dadurch gekennzeichnet, dass die Community-Anwendung aus den gesammelten Transaktionsinformationen und den Benutzereingaben zu jedem Kontext ein Rating des Kontexts berechnet, wobei je nach Kontext ein Ranking in Form eines Produkt- oder Dienstleistungsrankings, Inhaltsrankings oder Benutzerrankings erstellt wird.
12. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass die Kommunikations-Komponente, die E-Commerce-Komponente und der Player am Benutzergerät (1) ausgeführt werden und die Community-Management-Anwendung und die Content-Management-Anwendung auf einem Server dem sogenannten Community-Server (2) ausgeführt werden.
13. Verfahren nach Anspruch 12, dadurch gekennzeichnet, dass Kommunikations-Komponente in Datenverbindung mit dem

Community-Server (2) steht, um Informationen auszutauschen, die E-Commerce-Komponente in Datenverbindung mit einem E-Commerce-Server (8) steht, zur Abwicklung von Transaktionen und der Player in Datenverbindung mit einem beliebigen Speicher insbesondere der Cloud (3) steht zum Streaming von Inhalten (4).

14. Verfahren nach Anspruch 13, dadurch gekennzeichnet, dass bei oder vor Wiedergabe eines Inhalts (4) im Player Informationen, welche den Inhalt (4) eindeutig identifizieren, von der Kommunikation-Komponente an den Community-Server (2) gesendet werden, worauf die Content-Management-Komponente Produkte oder Dienstleistungen, welche dem Inhalt (4) zuzuordnen sind, lädt oder ermittelt und die Community-Management-Komponente Ratings und Feedbacks zum Inhalt (4) und den Produkten und Dienstleistungen lädt oder ermittelt und die Produkt- bzw. Dienstleistungsinformationen sowie die Rating- und Feedback-Informationen an die Kommunikations-Komponente gesendet werden.
15. Verfahren nach Anspruch 14, dadurch gekennzeichnet, dass die E-Commerce-Komponente die Produkt- bzw. Dienstleistungsinformationen, welche eine eindeutige Identifikation dieser erlauben an zumindest einen E-Commerce-Server (8) übermittelt, auf welchem eine E-Commerce-Anwendung ausgeführt wird, welche weitere Produktinformationen wie insbesondere Verfügbarkeit und Preis an die E-Commerce-Komponente übermittelt.
16. Verfahren nach Anspruch 13, dadurch gekennzeichnet, dass der Player ein eingebetteter Player eines Videoportals ist, welcher Inhalte (4) des Videoportals abspielt.

Fig 1

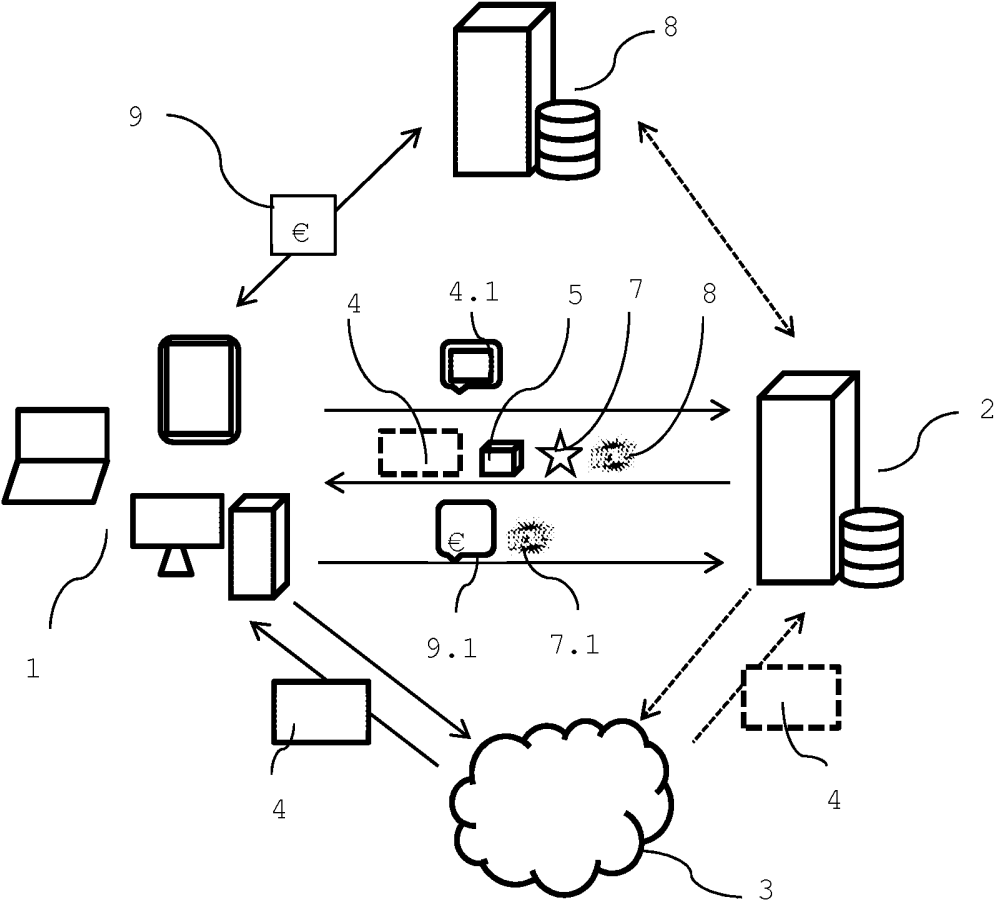


Fig. 2

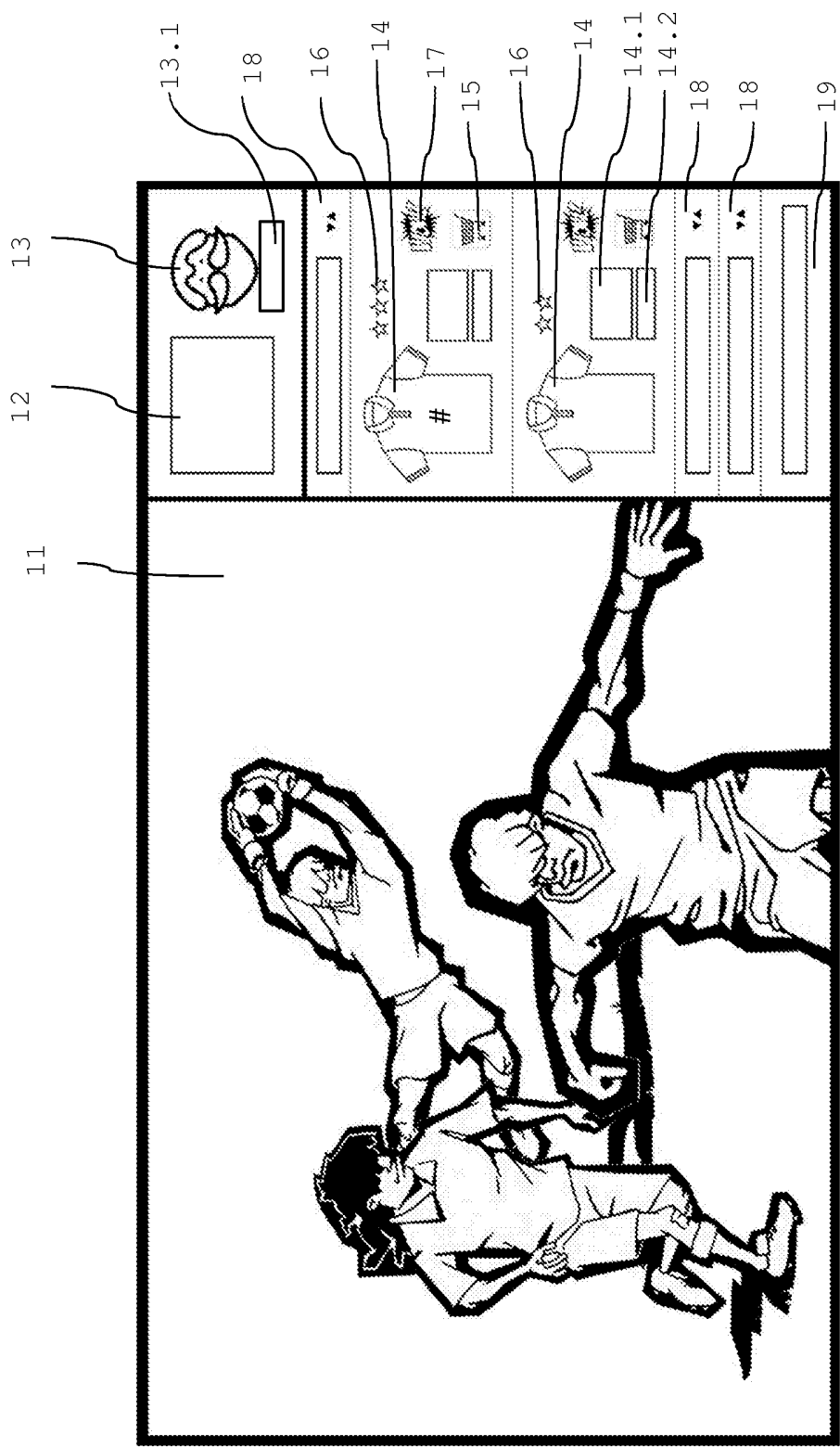


Fig. 3

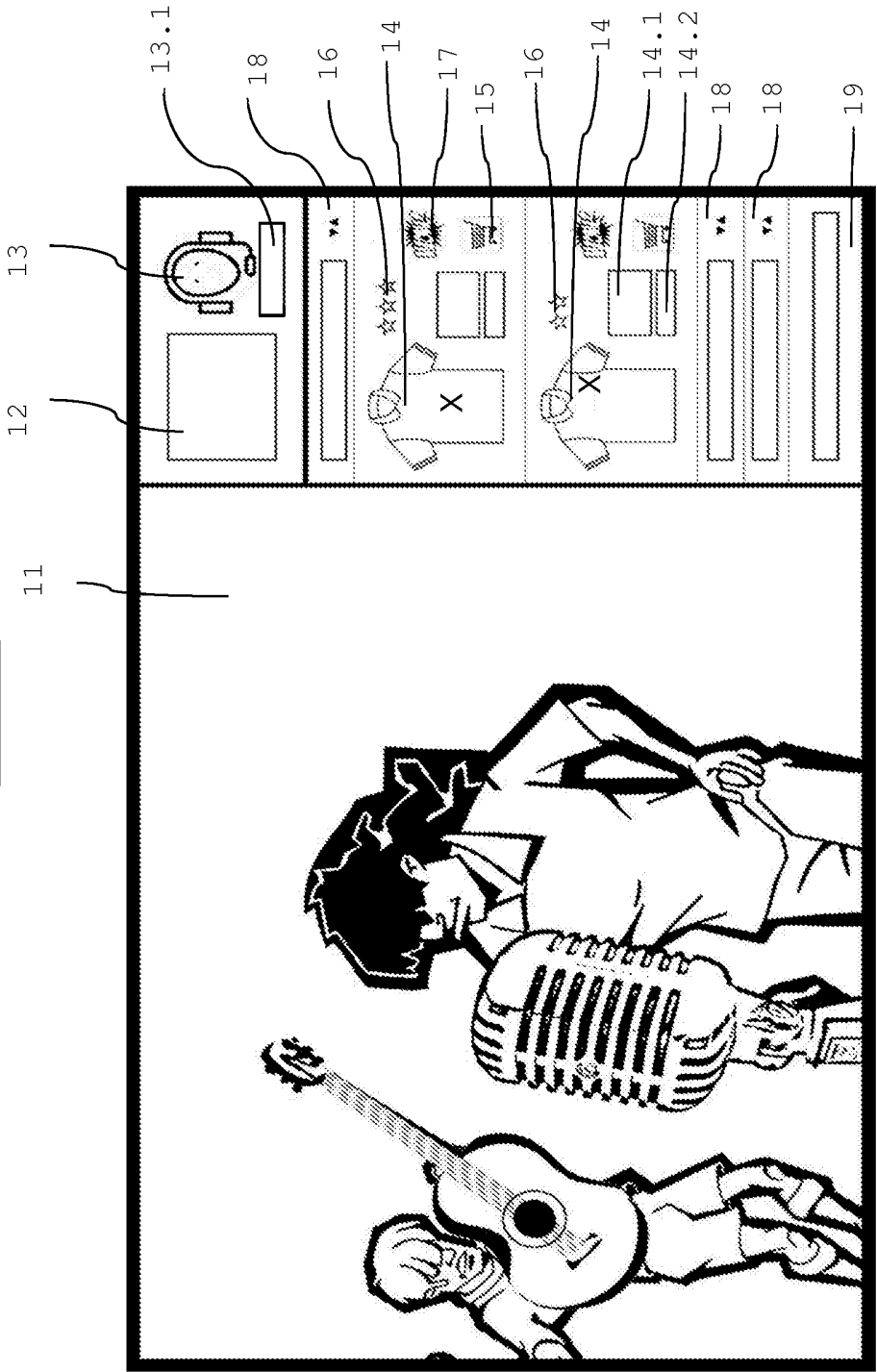


Fig. 4

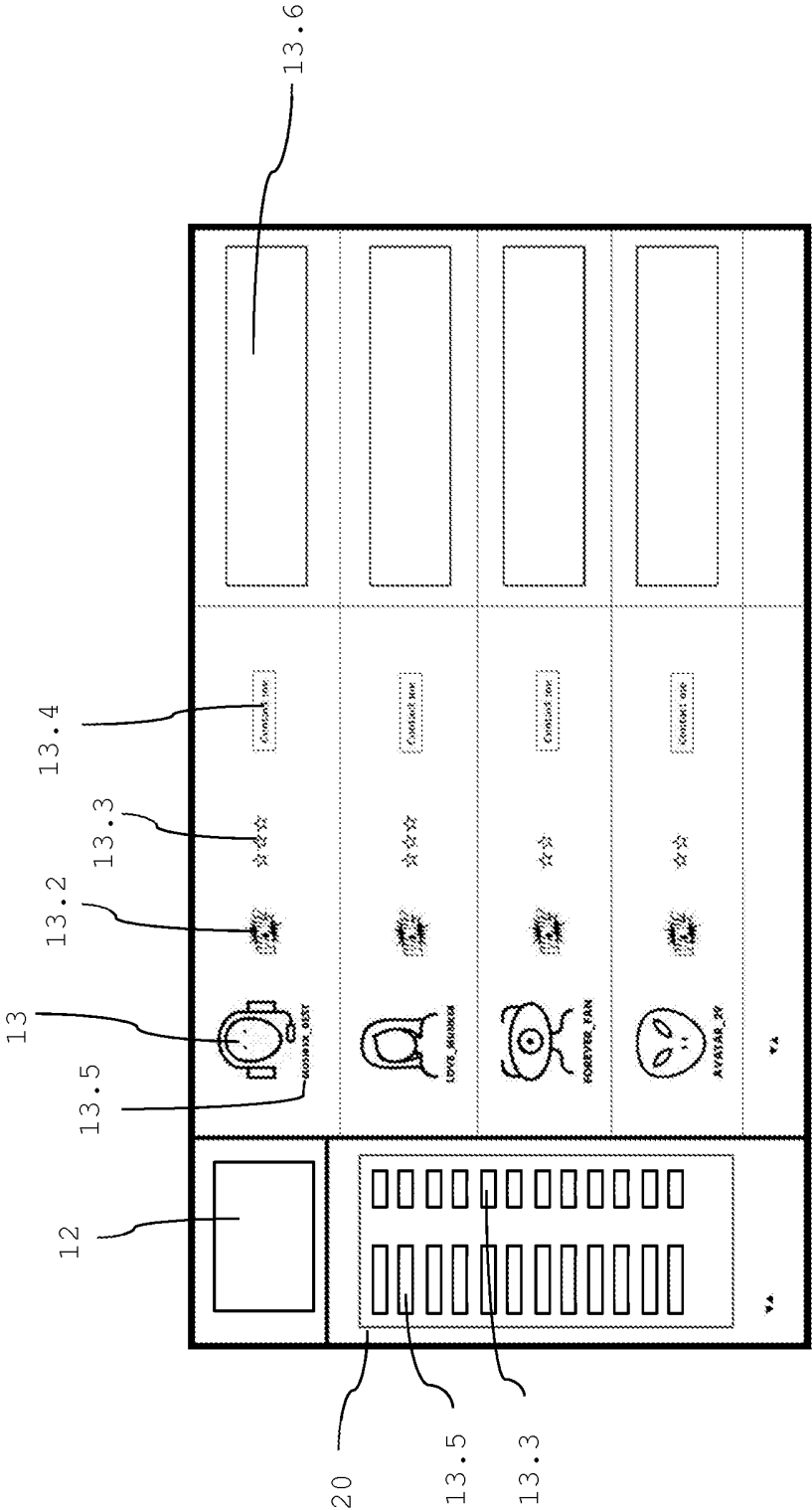


Fig. 5

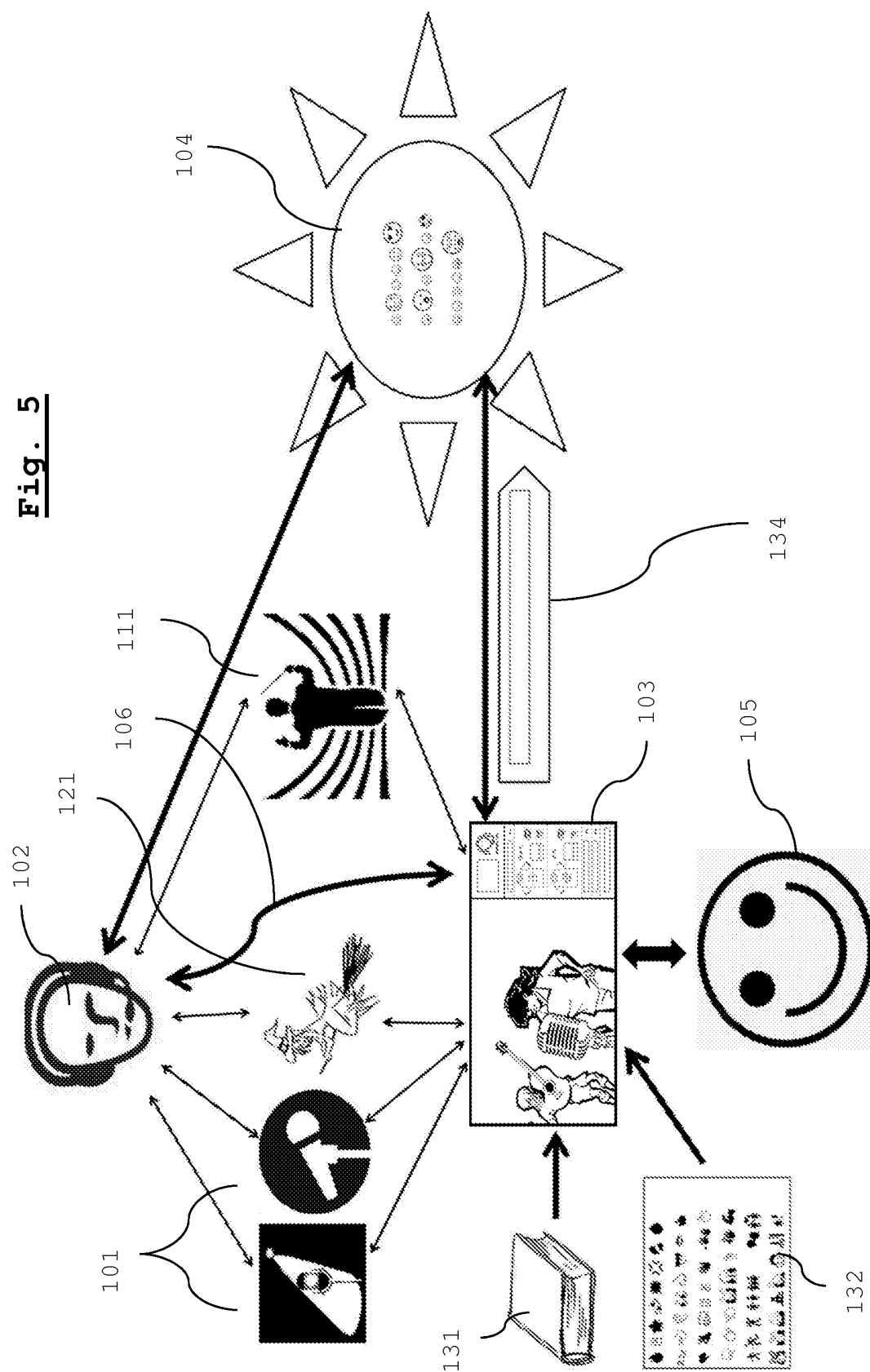


Fig. 6

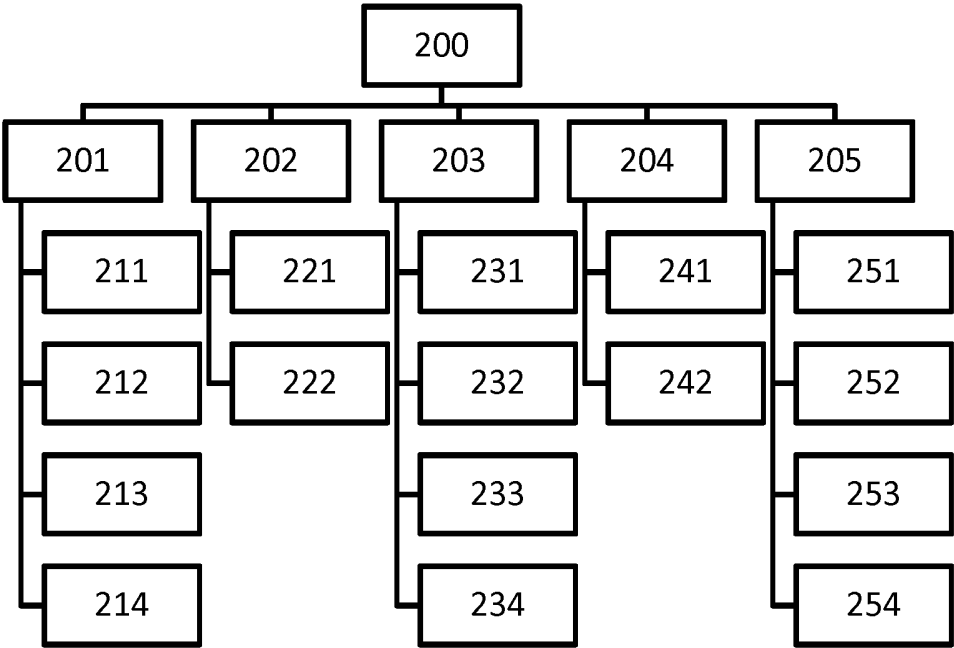
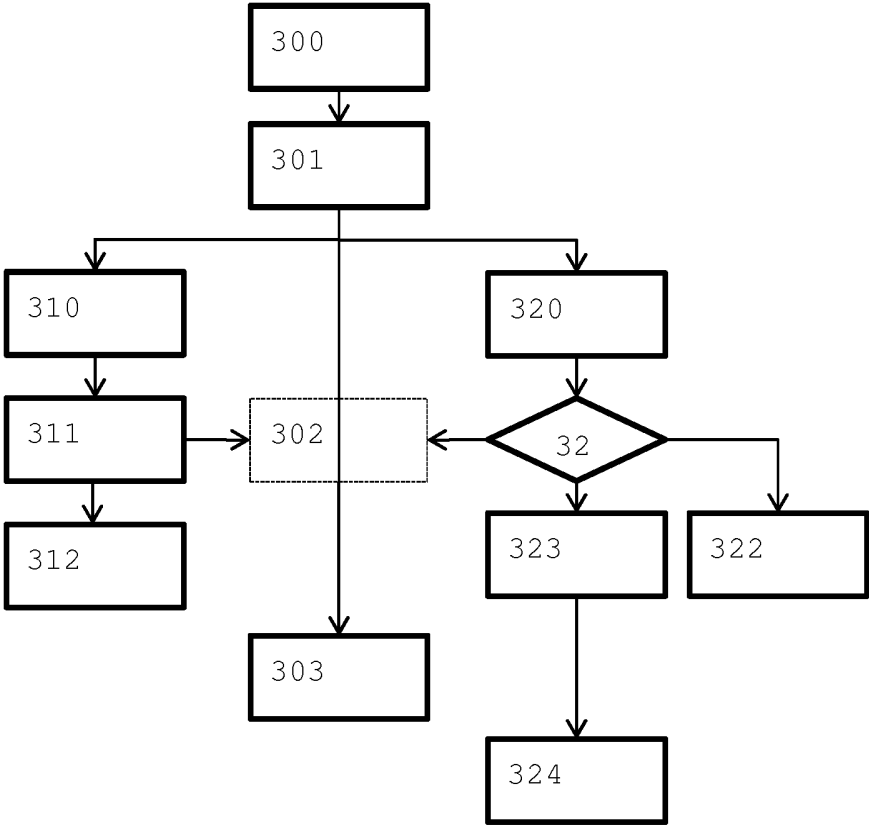


Fig. 7



Klassifikation des Anmeldungsgegenstands gemäß IPC:

G06Q 50/00 (2012.01); **G06Q 30/06** (2012.01); **G06Q 20/12** (2012.01); **G06F 17/30** (2006.01); **H04N 21/478** (2011.01)

Klassifikation des Anmeldungsgegenstands gemäß CPC:

G06Q 50/01 (2013.01); **G06Q 30/0643** (2013.01); **G06Q 20/12** (2013.01); **G06F 17/3089** (2013.01); **H04N 21/47815** (2013.01)

Recherchierte Prüfstoff (Klassifikation):

G06Q, G06F, H04N

Konsultierte Online-Datenbank:

EPODOC; WPI

Dieser Recherchenbericht wurde zu den am **05.11.2014** eingereichten Ansprüchen **1-16** erstellt.

Kategorie ¹⁾	Bezeichnung der Veröffentlichung: Ländercode, Veröffentlichungsnummer, Dokumentart (Anmelder), Veröffentlichungsdatum, Textstelle oder Figur soweit erforderlich	Betreffend Anspruch
	US 2010114727 A1 (KHANDELWAL ET AL) 06. Mai 2010 (06.05.2010) Der Gegenstand der vorliegenden Anmeldung ist nicht technisch! WO 2008005149 A2 (BRILIG LLC) 10. Jänner 2008 (10.01.2008) US 2011078052 A1 (CIPTAWILANGGA) 31. März 2011 (31.03.2011)	

Datum der Beendigung der Recherche:
29.09.2015

Seite 1 von 1

Prüfer(in):

PRAMHAS Atilla

¹⁾ Kategorien der angeführten Dokumente:

- X** Veröffentlichung **von besonderer Bedeutung**: der Anmeldungsgegenstand kann allein aufgrund dieser Druckschrift nicht als neu bzw. auf erfinderischer Tätigkeit beruhend betrachtet werden.
- Y** Veröffentlichung **von Bedeutung**: der Anmeldungsgegenstand kann nicht als auf erfinderischer Tätigkeit beruhend betrachtet werden, wenn die Veröffentlichung mit einer oder mehreren weiteren Veröffentlichungen dieser Kategorie in Verbindung gebracht wird und diese **Verbindung für einen Fachmann naheliegend** ist.

- A** Veröffentlichung, die den allgemeinen **Stand der Technik** definiert.
- P** Dokument, das von **Bedeutung** ist (Kategorien **X** oder **Y**), jedoch **nach dem Prioritätstag** der Anmeldung veröffentlicht wurde.
- E** Dokument, das **von besonderer Bedeutung** ist (Kategorie **X**), aus dem ein „**älteres Recht**“ hervorgehen könnte (früheres Anmeldedatum, jedoch nachveröffentlicht, Schutz ist in Österreich möglich, würde Neuheit in Frage stellen).
- &** Veröffentlichung, die Mitglied der selben **Patentfamilie** ist.