

(12)

## Gebrauchsmusterschrift

(21) Anmeldenummer:	GM 60/2008	(51) Int. Cl. <sup>8</sup> :	<b>G09F 23/06</b>	(2006.01)
(22) Anmeldetag:	31.01.2008		<b>G09F 23/10</b>	(2006.01)
(24) Beginn der Schutzdauer:	15.06.2010		<b>B65D 25/36</b>	(2006.01)
(45) Ausgabetag:	15.08.2010			

(30) Priorität:  
28.12.2006 DE (U) 202006011886 beansprucht.

(73) Gebrauchsmusterinhaber:  
KAPPLER MICHAEL  
D-88250 WEINGARTEN (DE)

### (54) GEFÄSSMANSCHETTE MIT INFORMATIVER WERBUNG

(57) Die Anmeldung betrifft eine Manschette aus Pappe mit aufgedruckter Werbung, in die ein Gefäß gesteckt wird. Werbung befindet sich auf der Außenseite und der Innenseite der Gefäßmanschette. Die Werbung auf der Außenseite kann bequem und ausführlich beim Verzehr des Gefäßinhaltes gelesen werden, mögliche ergänzende Informationen auf der Innenseite je nach Bedarf und Interesse.

Im Unterschied zum Stand der Technik ist Werbung auf der Außenseite einer Gefäßmanschette und bei Bedarf auch auf der Innenseite angebracht. Der Konsument hat auf Grund der langen Kontaktzeit die Möglichkeit, alle informativen Werbemitteilungen zu lesen und bei Bedarf mögliche weitere Informationen der Innenseite zu entnehmen. Ergänzt wird diese Form der Informationsübermittlung durch die Möglichkeit, die Gefäßmanschette mit Warenproben, Mustern oder Gutscheinen zu bestücken.

Aufgabe der Anmeldung ist daher die Bereitstellung eines Werbeträgers insbesondere für informative Werbung, der unausweichlich in das Blickfeld des Konsumenten gerät und dabei in verbesserter Weise dessen Aufmerksamkeit erweckt.

## Beschreibung

### GEFÄßMANSCHETTE MIT INFORMATIVER WERBUNG

**[0001]** Die Anmeldung betrifft eine Manschette aus Pappe mit aufgedruckter Werbung, in die ein Gefäß gesteckt wird. Werbung befindet sich auf der Außenseite und der Innenseite der Gefäßmanschette. Die Werbung auf der Außenseite kann bequem und ausführlich beim Verzehr des Gefäßinhaltes gelesen werden, mögliche ergänzende Informationen auf der Innenseite je nach Bedarf und Interesse.

**[0002]** Plakatwände und Litfasssäulen sind bekannte und gängige Werbeträger. Diese Werbeträger werden zum Beispiel mit Plakaten beklebt, die auf Produkte und Dienstleistungen hinweisen. Dieser Hinweis auf ein Produkt oder eine Dienstleistung bzw. die Herausstellung eines Produkts wird als Werbung bezeichnet.

**[0003]** Betrachter des Plakates sollen durch die Werbung veranlasst werden, Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen oder das beworbene Produkt käuflich zu erwerben. Ein solcher Betrachter wird folglich als Konsument bezeichnet.

**[0004]** Der Konsument hat sich auf Grund des vielfachen Einsatzes von Werbeträgern wie Plakatwände und Litfasssäulen nachteilig an deren Erscheinung gewöhnt. Eine nachlassende Aufmerksamkeit und Kenntnisnahme sind die Folge. Entsprechend sinkt auch der Erfolg einer Werbemaßnahme.

**[0005]** Für eine erfolgreiche Werbung ist es daher von Interesse, durch neuartige Werbeträger oder durch die Verwendung bestehender nicht genutzter Trägermedien vermittelt zu werden. Für die Aufmerksamkeit des Konsumenten sind Standort, Situation und Wirkung entscheidende Faktoren.

**[0006]** Die Werbebotschaft einer Litfasssäule oder Plakatwand wird im Vorbeigehen aufgenommen und muss daher in wenigen Sekunden vermittelt werden. Ausführlichere schriftliche Produktinformationen, benannt als informative Werbung, in dieser kurzen Zeit zu übermitteln ist nicht möglich.

**[0007]** Regelmäßig findet sich informative Werbung in Zeitschriften und Zeitungen, wenn es sich zum Beispiel um detaillierten Angaben zu einem PKW handelt, da sich der Konsument mehr Zeit für die Durchsicht nimmt. Informative Werbung funktioniert dann aber auch nur, wenn sich der Leser konkret für ein solches Produkt interessiert oder in sonstiger Weise sein Interesse geweckt werden konnte. Ansonsten findet auch hier die Werbung nur wenig Beachtung und der Leser konzentriert sich vielmehr auf redaktionelle Beiträge.

**[0008]** Aufgabe der Anmeldung ist daher die Bereitstellung eines Werbeträgers insbesondere für informative Werbung, der unausweichlich in das Blickfeld des Konsumenten gerät und dabei in verbesserter Weise dessen Aufmerksamkeit erweckt.

**[0009]** Die Aufgabe der Erfindung wird durch einen Werbeträger mit den Merkmalen des Hauptanspruchs gelöst. Vorteilhafte Ausgestaltungen ergeben sich aus den abhängigen Ansprüchen.

**[0010]** Gemäß des Hauptanspruchs werden Außenseite und Innenseite einer Gefäßmanschette als Werbeträger und zwar insbesondere für informative Werbung vorgesehen.

**[0011]** Gefäßmanschetten kommen überwiegend bei Heißgetränken zum Einsatz, sind aber auch bei Kaltgetränken einsetzbar. Das Getränk dient meist dem sofortigen Verzehr und gerät dabei nicht aus dem Blickfeld des Konsumenten. Meist hält der Konsument das Getränk bis zur gänzlichen Entleerung in der Hand oder es steht in seinem direkten Umfeld, sei es auf dem Tisch oder im Fahrzeug in entsprechenden Vorrichtungen. Dies ist ein idealer Zeitpunkt um Werbung und insbesondere informative Werbung zu vermitteln. Im Unterschied zum Stand der Technik ist Werbung auf der Außenseite einer Gefäßmanschette und bei Bedarf auch auf der Innenseite angebracht. Der Konsument hat auf Grund der langen Kontaktzeit die Möglichkeit,

alle informativen Werbemitteilungen zu lesen und bei Bedarf mögliche weitere Informationen der Innenseite zu entnehmen. Ergänzt wird diese Form der Informationsübermittlung durch die Möglichkeit, die Gefäßmanschette mit Warenproben, Mustern oder Gutscheinen zu bestücken.

**[0012]** Die Anmeldung kann auch auf andere Gefäße und Behälter übertragen werden, die Produkte für den sofortigen Verzehr beinhalten. Bei solchen Behältern liegt eine äquivalente Verwirklichung der Anmeldung vor, wenn Werbung auf einer Manschette angebracht ist, die über das Behältnis gestülpt bzw. gesteckt wird.

### **Ansprüche**

1. Manschette aus Pappe mit aufgedruckter Werbung für die Aufnahme eines Gefäßes, **dadurch gekennzeichnet**, dass sich Werbung auf der Außenseite und auf der Innenseite der Gefäßmanschette befindet.
2. Manschette nach Anspruch 1, bei der als Werbung insbesondere informative Werbung vorgesehen ist.
3. Manschette nach Anspruch 1 oder 2, die zusätzlich mit Warenproben, Mustern oder Gutscheinen bestückt werden kann.

**Hierzu keine Zeichnungen**

Klassifikation des Anmeldegegenstands gemäß IPC <sup>8</sup> : <b>G09F 23/06</b> (2006.01); <b>G09F 23/10</b> (2006.01); <b>B65D 25/36</b> (2006.01)		
Klassifikation des Anmeldegegenstands gemäß ECLA: G09F 23/06, G09F 23/10, B65D 25/36		
Recherchierter Prüfstoﬀ (Klassifikation): G09F, A47G, B65D		
Konsultierte Online-Datenbank: EPODOC, WPI, X-FULL		
Dieser Recherchenbericht wurde zu den <b>am 31. Jänner 2008 eingereichten</b> Ansprüchen erstellt.		
Die in der Gebrauchsmusterschrift veröffentlichten Ansprüche könnten im Verfahren geändert worden sein (§ 19 Abs. 4 GMG), sodass die Angaben im Recherchenbericht, wie Bezugnahme auf bestimmte Ansprüche, Angabe von Kategorien (X, Y, A), nicht mehr zutreffend sein müssen. In die dem Recherchenbericht zugrunde liegende Fassung der Ansprüche kann beim Österreichischen Patentamt während der Amtsstunden Einsicht genommen werden.		
Kategorie <sup>1)</sup>	Bezeichnung der Veröffentlichung: Ländercode, Veröffentlichungsnummer, Dokumentart (Anmelder), Veröffentlichungsdatum, Textstelle oder Figur soweit erforderlich	Betreffend Anspruch
X	DE 20 2006 012 940 U1 (ZETTELDMANN) 7. Dezember 2006 (07.12.2006) Figur 1; Seite 2, Absatz [0019] - Seite 3, Absatz [0025]; Ansprüche 1,6,7	1-3
X	DE 297 06 818 U1 (WIEDENHORN) 23. Oktober 1997 (23.10.1997) Figuren 1-3; Seite 1, Zeilen 12-23; Ansprüche 1,3	1,2
X	DE 203 11 642 U1 (DÉSILETS) 24. Dezember 2003 (24.12.2003) Figuren 8,9; Seite 2, Zeilen 18-19; Seite 2, Zeilen 28-30	1,2
X	US 5 415 305 A (DRAKE-TIPTON ET AL.) 16. Mai 1995 (16.05.1995) Figuren 3,4; Spalte 1, Zeilen 57-66; Spalte 3, Zeilen 33-38; Spalte 3, Zeilen 47-49; Anspruch 1	1,2
X	DE 20 2004 006 173 U1 (NATIONAL CONTEST FOR LIFE) 24. März 2005 (24.03.2005) Figuren 1-3; Seite 2, Absätze [0004],[0009]	1,2
<sup>1)</sup> <b>Kategorien</b> der angeführten Dokumente: <b>X</b> Veröffentlichung <b>von besonderer Bedeutung</b> : der Anmeldegegenstand kann allein aufgrund dieser Druckschrift nicht als neu bzw. auf erfinderischer Tätigkeit beruhend betrachtet werden. <b>Y</b> Veröffentlichung <b>von Bedeutung</b> : der Anmeldegegenstand 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 <b>Verbindung für einen Fachmann naheliegend</b> ist. <b>A</b> Veröffentlichung, die den <b>allgemeinen Stand der Technik</b> definiert. <b>P</b> Dokument, das <b>von Bedeutung</b> ist (Kategorien <b>X</b> oder <b>Y</b> ), jedoch <b>nach dem Prioritätstag</b> der Anmeldung <b>veröffentlicht</b> wurde. <b>E</b> Dokument, das <b>von besonderer Bedeutung</b> ist (Kategorie <b>X</b> ), aus dem ein <b>älteres Recht</b> hervorgehen könnte (früheres Anmeldedatum, jedoch nachveröffentlicht, Schutz ist in Österreich möglich, würde Neuheit in Frage stellen). <b>&amp;</b> Veröffentlichung, die Mitglied der selben <b>Patentfamilie</b> ist.		
Datum der Beendigung der Recherche: 17. September 2009	☒ Fortsetzung siehe Folgeblatt	Prüfer(in): Dipl.-Ing. WENNINGER