



(12) **GEBRAUCHSMUSTERSCHRIFT**

(21) Anmeldenummer: 92/95

(51) Int.Cl.⁶ : B60N 2/48

(22) Anmeldetag: 20. 2.1995

(42) Beginn der Schutzdauer: 15. 3.1996

(45) Ausgabetag: 25. 4.1996

(30) Priorität:

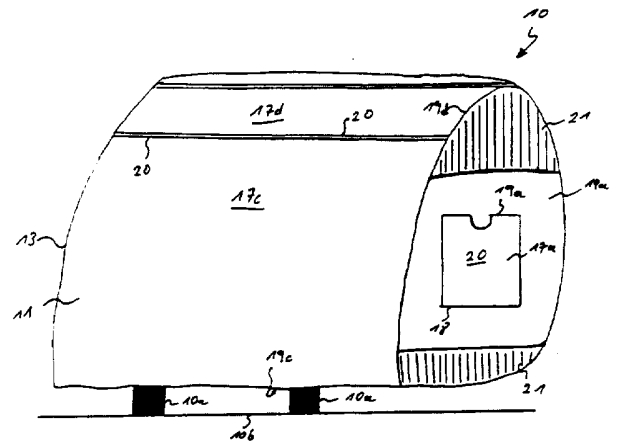
23. 2.1994 DE (U) 9403339 beansprucht.
20. 7.1994 DE (U) 9412171 beansprucht.

(73) Gebrauchsmusterinhaber:

MIELCAREK BERND
D-14059 BERLIN (DE).

(54) KOPFSTÜTZENÜBERZUG

(57) Überzug (11) für Kopfstützen von Kraftfahrzeugen, mit einer in den Fond des Kraftfahrzeugs weisenden Rückseite (13) zur Wiedergabe von Werbung. Der Überzug (11) ist mit Seitenflächen (14a, 14b) versehen und an der Rückseite (13) und an den Seitenflächen (14a, 14b) des Überzugs (11) sind transparente, Werbeträger (20) aufnehmende Werbeflächen (17a, 17b, 17c, 17d) angeordnet. Der Überzug (11) ist einstückig und allumschließend über die Kopfstütze (10) stülzbar, wobei der Überzug (11) mit an seiner Unterseite angeordneten Laschen verschließbar ist. Die Werbeflächen (17a, 17b, 17c, 17d) sind aus je einer zusätzlichen Folie aus transparentem Kunststoff gebildet und auf der Rückseite (13) und auf die Seitenflächen (14a, 14b) des Überzugs (11) aufgeschweißt. An seiner Unterseite ist der Überzug (11) verrücktfrei verschließbar.



Die Erfindung betrifft einen Überzug für Kopfstützen von Kraftfahrzeugen, mit einer in den Fond des Kraftfahrzeugs weisenden Rückseite zur Wiedergabe von Werbung.

5 Es ist bekannt, daß bei Kraftfahrzeugen, insbesondere im Personenbeförderungsbereich, vornehmlich bei Taxen, meist nur die Außen- bzw. Seitenflächen als Werbeträger dienen. Der Nachteil der Außenflächenwerbung besteht darin, daß die Werbetexte wegen ihrer großen Ausdehnung
10 und der meist nur kurzen Betrachtungszeit von den zu befördernden Personen nur in geringem Maß wahrgenommen werden. Außerdem sind die Außenflächen von den im Innenraum sitzenden Fahrgästen, welche gerade während der Beförderungszeit Ruhe zur Betrachtung der Werbung hätten, nicht sichtbar. Soweit im Personenbeförderungsbereich überhaupt auch im Fahrzeuginnenraum Werbung betrieben wird, wie etwa bei Omnibussen, stößt dies auf das Problem der aufgrund der großen Fensterflächen nur gering als Werbeträger zur Verfügung stehenden Flächen, die zudem meist nicht im Blickbereich
15 des Fahrgastes liegen.
20

Aus dem ^{DE} 89 15 241 ^U ist bekannt, Kopfstützen von Kraftfahrzeugen mit einem biegefähigem Material zu umhüllen, wobei dieses Material mit einem Werbeaufdruck versehen ist bzw. das Material eine Hülle aufweist, in welche Werbeträger eingesteckt werden können. Nachteilig daran ist, daß
25

dieser Kopfstützenüberzug nicht die ganze Kopfstütze umschließt und so aufgrund seiner Befestigungsweise zu Verwacklungen beim Fahren des Kraftfahrzeuges neigt. Hinzu kommt, daß die zur Verfügung stehende Werbefläche
5 außerordentlich begrenzt ist.

Aufgabe der vorliegenden Erfindung ist es, einen Überzug der eingangs beschriebenen Art zu schaffen, der die Möglichkeit schafft, Werbung an Kopfstützen von Kraftfahrzeugen, insbesondere im Personennahverkehr, zu
10 betreiben.

Gelöst wird diese Aufgabe dadurch, daß der Überzug mit Seitenflächen versehen ist, wobei an der Rückseite und an den Seitenflächen des Überzugs transparente, zur Aufnahme von Werbeträgern geeignete Werbeflächen angeordnet sind, der Überzug einstückig über die Kopfstütze allumschließend stülpbar ist und wobei der Überzug mit an seiner Unterseite angeordneten Laschen verrückfrei verschließbar ist. Weiterhin ist es erfindungsgemäß vorgesehen, daß der Überzug aus mehreren
15 transparenten Kunststofffolien zu einem einstückigen Überzug zusammengeschweißt ist und die Werbeflächen aus je einer zusätzlichen Folie aus transparentem Kunststoff gebildet sind, die auf die Rückseite und auf die Seitenflächen des Überzugs aufgeschweißt sind, wobei
20 die Werbeflächen mindestens einen Schlitz aufweisen, in den jeweils ein oder mehrere Werbeträger einschiebbar sind.

Durch diese Maßnahmen wird ein Überzug für Kopfstützen geschaffen, der es ermöglicht, im Wageninneren Werbung
30 zu betreiben. Der Überzug kann über die Kopfstützen eines Sitzes eines Personenkraftfahrzeugs gestülpt werden und die aufgeschweißten Werbeträgertaschen bieten Werbeflächen, in die Werbematerial eingesteckt werden

kann. So können beispielsweise Visitenkarten in den Werbeflächen an den schmalen Seitenflächen plaziert werden oder aber auch großflächige Werbeträger in den Ausmaßen der Rückseite der Kopfstütze auf den Rückseiten angebracht werden. Der Vorteil dieser Art der Werbung ist, daß eine sehr effiziente Werbung ermöglicht wird. Der Fahrgast kann während der Dauer der Beförderung in aller Ruhe die Werbung studieren und bei Bedarf sich Visitenkarten von Werbenden mitnehmen. Auch können durch diese Art der Werbung gezielt die Zielgruppen angesprochen werden, die zu dem üblichen Taxenpublikum gerechnet werden müssen. Dies sind unter anderem Touristen, die somit gleich Gelegenheit bekommen, typische Ortsattraktionen kennenzulernen.

Durch die erfindungsgemäße Stülpung des Überzugs über die Kopfstütze wird zum einen erreicht, daß der Überzug fest und verrutschfrei an der Kopfstütze plaziert ist; zum anderen bietet der einzige Verschluss an der Unterseite der Kopfstütze die Möglichkeit durch ein Siegel unautorisiertes Entfernen des Überzuges zu verhindern, resp. dies zu kontrollieren.

Weitere vorteilhafte Maßnahmen sind in den Unteransprüchen beschrieben. Die Erfindung ist anhand eines Ausführungsbeispieles in den beiliegenden Zeichnungen dargestellt und wird nachfolgend näher beschrieben; es zeigt:

Fig .1 eine Seitenansicht auf die Rückseite einer Kopfstütze mit erfindungsgemäßem mit Werbeflächen versehenen Überzug;

Fig .2 eine Seitenansicht auf die Vorderseite einer Kopfstütze mit erfindungsgemäßem mit Werbeflächen versehenen Überzug unter Aussparung von unwesentlichen Kopfstützenbestandteilen;

5

Fig .3 eine Draufsicht auf die Unterseite einer Kopfstütze mit erfindungsgemäßem Überzug mit ^{einander}überlappenden Laschen.

Die in den Figuren 1 und 2 dargestellte Kopfstütze 10 eines - nicht dargestellten - Kraftfahrzeuges ist mit Befestigungen 10a an einem - nicht vollständig dargestellten - Autositz 10b befestigt. Über die Kopfstütze 10 ist ein Überzug 11 gestülpt, der aus transparentem Material, vorzugsweise Polyvinylchlorid (PVC), gefertigt ist. Der Überzug 11 ist einstückig in der Weise ausgebildet, daß er aus einzelnen transparenten Materialbahnen, die anschließend zu einem Überzug 11 zusammenschweißt werden, auf die Form der Kopfstütze 10 zugeschnitten ist. Zur Schaffung von Werbeflächen 17a, 17b, 17c und 17d ist auf der Rückseite 13 und an den Seitenflächen 14a und 14b des Überzugs 11 eine zusätzliche transparente Materialbahn 18 aufgeschweißt, die allerdings nur an maximal drei Seiten zugeschweißt ist, so daß mindestens ein Schlitz 19a, 19b, 19c bzw. 19d zurückbleibt. In die Schlitz 19a, 19b, 19c und/oder 19d können somit Werbeträger 20 eingeschoben werden. Die Vorderseite 12 des Überzugs 11 weist keine Werbefläche auf. Dies würde auch keinen Sinn ^{haben}, da diese Fläche durch den Kopf des Autofahrers abgedeckt ist und nicht dem Fahrgast zugewendet ist.

30

Die in der Figur 1 dargestellte Rückseite 13 des Überzuges 11 weist eine großflächige Werbefläche 17c auf, die fast das gesamte Ausmaß der ^{Rückseite der} Kopfstütze 10 ein-

nimmt. Diese Werbefläche 17c ist dazu geeignet, großflächige Werbeträger 20 aufzunehmen. Aufgrund der speziellen Form der Kopfstütze 10 ist diese Werbefläche 17c als Trapez ausgebildet. Die überwiegende Mehrzahl der sich im Einsatz befindlichen Tax^{is} sind ^(ein bestimmtes) (Fa-
 5 brikat, Durch die typische Form dieser Kopfstützen wird die trapezförmige Werbefläche 17c verursacht. Oberhalb dieser Werbefläche 17c ist eine weitere schmale Werbefläche 17d angeordnet, die aus den
 10 typischen Abmessungen der jeweils mit einem Überzug 11 versehenen Kopfstütze 10 resultiert.

Die Werbeflächen 17a und 17b eignen sich besonders dazu, Visitenkarten als Werbeträger 20 aufzunehmen, die von den Fahrgästen bei Bedarf mitgenommen werden können.
 15

Andere Typen von Kraftfahrzeugen weisen eine geringfügig andere Kopfstützenform auf, so daß für diese Kopfstützentypen andere Überzüge 11 verwendet werden müssen. Zweckmäßigerweise ist der Überzug 11
 20 genauestens an die Form der Kopfstütze 11 angepaßt, um so eine paßgenaue und verrückfreie Präsentation von Werbung während der Beförderung von Fahrgästen zu ermöglichen. Der Kopfstützenüberzug kann jedoch aufgrund seines in Grenzen flexiblen Materials sich an spezielle
 25 Gegebenheiten einer bestimmten Kopfstützenform anpassen.

Wie in der Figur 3 dargestellt, sind an der Unterseite 15 des Überzuges 11 zwei Laschen 16 angeschweißt, die mittels eines Verschlußmittels 16a den Überzug 11 durch Überlappung eng an die Form der Kopfstütze 10 zur An-
 30 pressung bringen. Als Verschlußmittel 16a ist beispielsweise eine Klebbeschichtung oder ein Klettverschluß denkbar. Um ein unautorisiertes Entfernen des

Überzuges 11 zu verhindern, oder dieses zumindest kontrollieren bzw. nachprüfen zu können, ist eine - nicht dargestellte - Versiegelung vorgesehen, die über den überlappenden Laschen 16 angebracht werden kann. Auf diese Weise läßt sich nachprüfen, ob Dritte sich an dem Überzug zu schaffen gemacht haben.

Aus optischen Gründen nimmt der Überzug 11, wie in der Figur 2 gezeigt ist, nicht den gesamten Umfang der Kopfstütze 10 ein. Aus diesem Grund sind insbesondere die oberen und unteren "Ecken" als Freiräume 21 ausgespart worden. Auch hat das Aussparen von Freiräumen 21 den Vorteil, daß der Überzug 11 sich an die meist ergonomische Kopfstützenform anpassen kann.

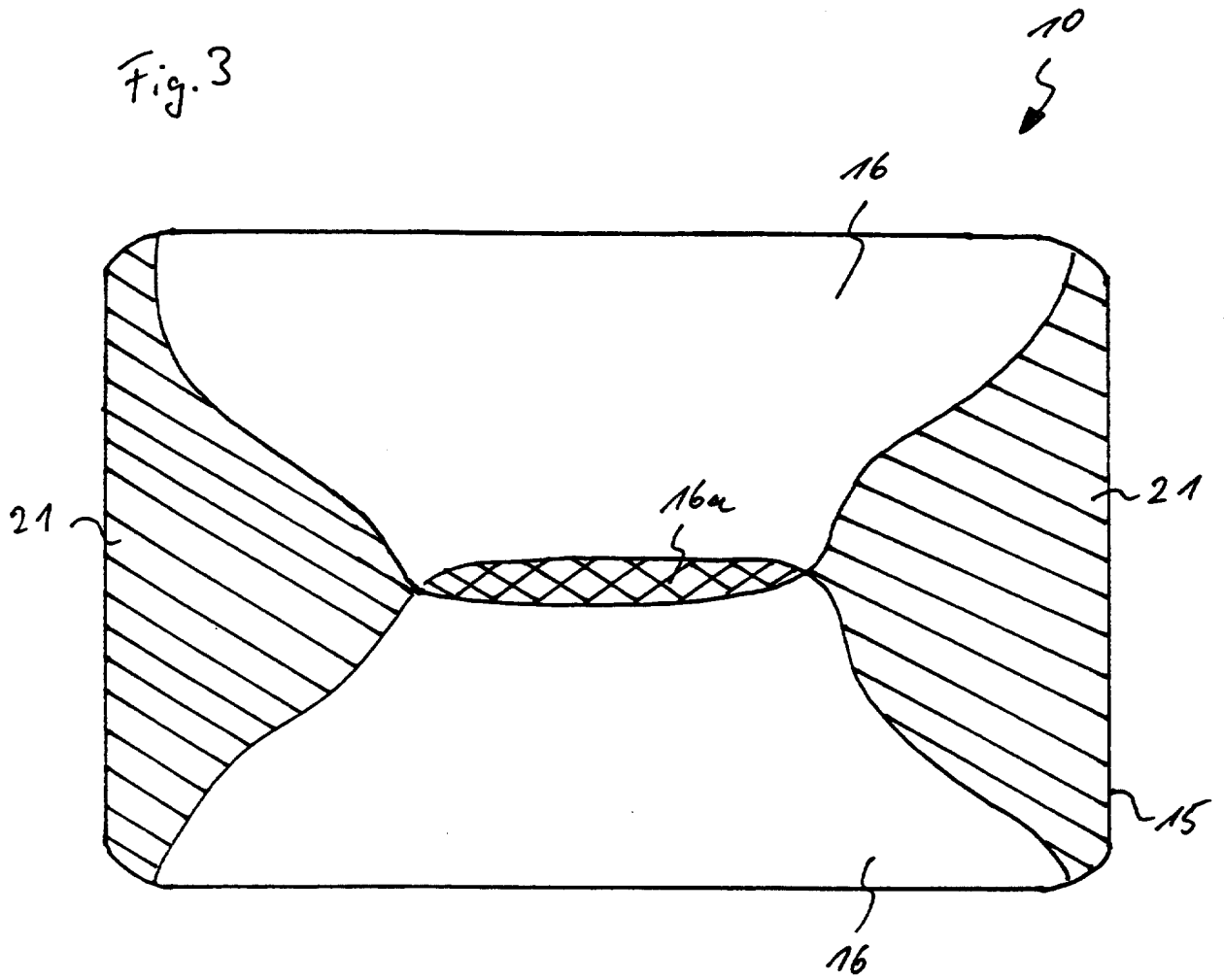
Es besteht kein unmittelbarer Zwang, den Überzug 11 aus transparentem Material, vorzugsweise Kunststoff, zu fertigen. Es ist genauso möglich, ein anderes Material zu verwenden, auf das dann eine transparente zusätzliche Folie aufgebracht wird, um so eine Werbefläche 17a, 17b, 17c und/oder 17d zu schaffen.

Ansprüche :

1. Überzug für Kopfstützen von Kraftfahrzeugen, mit einer in den Fond des Kraftfahrzeugs weisenden Rückseite zur Wiedergabe von Werbung, dadurch gekennzeichnet, daß der Überzug (11) mit Seitenflächen (14a, 14b) versehen ist, wobei an der Rückseite (13) und an den Seitenflächen (14a, 14b) des Überzugs (11) transparente, zur Aufnahme von Werbeträgern (20) geeignete Werbeflächen (17a, 17b, 17c, 17d) angeordnet sind, der Überzug (11) einstückig über die Kopfstütze (10) allumschließend stülpbar ist und wobei der Überzug (11) mit an seiner Unterseite (15) angeordneten Laschen (16) verrücktfrei verschließbar ist.
5
2. Überzug nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß der Überzug (11) aus mehreren transparenten Kunststofffolien zu einem einstückigen Überzug zusammengeschiweißt ist.
10
3. Überzug nach Anspruch 1 oder 2, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbeflächen (17a, 17b, 17c, 17d) aus je einer zusätzlichen Folie (18) aus transparentem Kunststoff gebildet sind, die auf die Rückseite (13) und auf die Seitenflächen (14a, 14b) des Überzugs (11) aufgeschweißt sind.
15
20

4. Überzug nach einem der Ansprüche 1
bis 3, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbeflächen (17a, 17b, 17c, 17d) jeweils mindestens einen Schlitz (19a, 19b, 19c, 19d) aufweisen, in den jeweils ein oder mehrere Werbeträger (20) einschiebbar sind.
- 5
5. Überzug nach Anspruch 4, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbeflächen (17a, 17b) an den Seitenflächen (14a, 14b) als visitenkartengroße Taschen ausgebildet sind.
- 10
6. Überzug nach einem der Ansprüche 1
bis 4, dadurch gekennzeichnet, daß auf der Rückseite (13) des Überzugs (11) mindestens zwei die gesamte Fläche der Rückseite (13) zusammen ausfüllende Werbeflächen (17c, 17d) angeordnet sind.
- 15
7. Überzug nach ^{eines der} ~~Anspruch~~ ^(bis 4) ~~e)~~, dadurch gekennzeichnet, daß auf der Rückseite (13) des Überzugs (11) eine _x die gesamte Fläche der Rückseite (13) ^{ist} ausfüllende Werbefläche (17c, 17d) angeordnet ist.
- 20
8. Überzug nach Anspruch 6, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbeflächen (17c, 17d) auf der Rückseite (13) des Überzugs (11) unterschiedlich groß ausgebildet sind, wobei die größere Werbefläche (17c) trapezförmig ausgebildet ist.
- 25
9. Überzug nach ^{einem der} ~~Anspruch~~ ^(bis) ~~e)~~ ₆ 8, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbeflächen (17c, 17d) paßgenau auf die Werbeträger (20) abgestimmt ausgebildet sind.

10. Überzug nach den Ansprüchen 1 bis 9, dadurch gekennzeichnet, daß der Überzug (11) aus einem nicht-transparentem Material gefertigt ist.
- 5 11. Überzug nach den Ansprüchen 1 bis 10, dadurch gekennzeichnet, daß die Laschen (16) an der Unterseite (15) des Überzugs (11) mittels eines Verschlußmittels (16a) ^(einander) überlappend verschließbar sind.
- 10 12. Überzug nach Anspruch 11, dadurch gekennzeichnet, daß als Verschlußmittel (16a) ein Klettverschluß und/oder ein Klebverschluß vorgesehen ist.
- 15 13. Überzug nach Anspruch 11 oder 12, dadurch gekennzeichnet, daß mittels eines über die ^(einander) überlappenden Laschen (16, 16a) anzubringenden Siegels der Überzug (11) gegen unbefugten Gebrauch schützbar ist.
14. Überzug nach den Ansprüchen 1 bis 13, dadurch gekennzeichnet, daß der Überzug (11) die Kopfstütze (10) unter Aussparung einzelner Freiräume (21) der Kopfstütze (10) nur teilweise umschließt.



RECHERCHENBERICHT GM 92/95

Beilage zu: ~~xxx~~ **Zeichen:**

Klassifikation des Antragsgegenstandes gemäß IPC⁶ : B 60 N 2/48

Recherchierter Prüfstoff (Klassifikation): E 60 N 2/00, 2/44, 2/48; A 47 C 31/10;
 G 09 F 21/04.

Konsultierte Online-Datenbank: --

Die nachstehend genannten Druckschriften können in der Bibliothek des Österreichischen Patentamtes während der Öffnungszeiten (Montag bis Freitag von 8 - 14 Uhr) unentgeltlich eingesehen werden. Bei der von der Hochschüler-schaft TU Wien Wirtschaftsbetriebe GmbH im Patentamt betriebenen Kopierstelle können schriftlich (auch per Fax. Nr. 0222 / 533 05 54) oder telefonisch (Tel. Nr. 0222 / 534 24 - 153) **Kopien** der ermittelten Veröffentlichungen bestellt werden.

Auf Anfrage gibt das Patentamt Teilrechtsfähigkeit (TRF) gegen Entgelt zu den im Recherchenbericht genannten Patentdokumenten allfällige veröffentlichte "Patentfamilien" (denselben Gegenstand betreffende Patentveröffentlichungen in anderen Ländern, die über eine gemeinsame Prioritätsanmeldung zusammenhängen) bekannt. Diesbezügliche Auskünfte erhalten Sie unter Telefonnummer 0222 / 534 24 - 132.

Kategorie	Bezeichnung der Veröffentlichung (Ländercode, Veröffentlichungsnummer, Dokumentart (Anmelder), Veröffentlichungsdatum, Textstelle oder Figur soweit erforderlich)	Betreffend Anspruch
A	GB 2 264 438 A (STRATTON TOYS LIMITED) 1. September 1993 (01.09.93); Figur, Seite 3, Zeilen 6-20	1, 2, 10
A	DE 25 29 664 A1 (BUTZ) 20. Jänner 1977 (20.01.77), ganzes Dokument.	1, 10, 11
A	US 5 010 668 A (ZELIGSON) 30. April 1991 (30.04.91) ganzes Dokument.	1
A	FR 2 677 791 A1 (BELAIR) 18. Dezember 1992 (18.12.92) ganzes Dokument.	1, 7, 8

Fortsetzung siehe Folgeblatt

Kategorien der angeführten Dokumente (dient in Anlehnung an die Kategorien der Entgegenhaltungen bei EP- bzw. PCT-Recherchenberichten nur zur raschen Einordnung des ermittelten Stands der Technik, stellt keine Beurteilung der Erfindungseigenschaft dar):

- "A" Veröffentlichung, die den **allgemeinen Stand der Technik** definiert.
- "Y" Veröffentlichung von **Bedeutung**; die Erfindung kann nicht als neu (bzw. 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.
- "X" Veröffentlichung von **besonderer Bedeutung**; die Erfindung kann allein aufgrund dieser Druckschrift nicht als neu (bzw. auf erfinderischer Tätigkeit beruhend) betrachtet werden.
- "P" zwischenveröffentlichtes Dokument von besonderer Bedeutung (**älteres Recht**)
- "&" Veröffentlichung, die Mitglied derselben **Patentfamilie** ist.

Ländercodes:

AT = Österreich; AU = Australien; CA = Kanada; CH = Schweiz; DD = ehem. DDR; DE = Deutschland;
 EP = Europäisches Patentamt; FR = Frankreich; GB = Vereinigtes Königreich (UK); JP = Japan; RU = Russische Föderation; SU = Ehem. Sowjetunion; US = Vereinigte Staaten von Amerika (USA); WO = Veröffentlichung gem. PCT (WIPO/OMPI); weitere siehe WIPO-Appl. Codes.

~~Erläuterungen und sonstige Anmerkungen zur ermittelten Literatur siehe Rückseite!~~

Datum der Beendigung der Recherche: 21. November 1995 Bearbeiter/in: Dipl.Ing. Schmickl e.h.