



SCHWEIZERISCHE EIDGENOSSENSCHAFT
BUNDESAMT FÜR GEISTIGES EIGENTUM

⑪ **CH 685381 A5**

⑤① Int. Cl.⁶: **B 42 D** **3/04**
G 09 F **23/10**

Erfindungspatent für die Schweiz und Liechtenstein

Schweizerisch-liechtensteinischer Patentschutzvertrag vom 22. Dezember 1978

⑫ **PATENTSCHRIFT** A5

⑳ Gesuchsnummer: 3565/91

㉔ Anmeldungsdatum: 04.12.1991

㉔ Patent erteilt: 30.06.1995

④⑤ Patentschrift
veröffentlicht: 30.06.1995

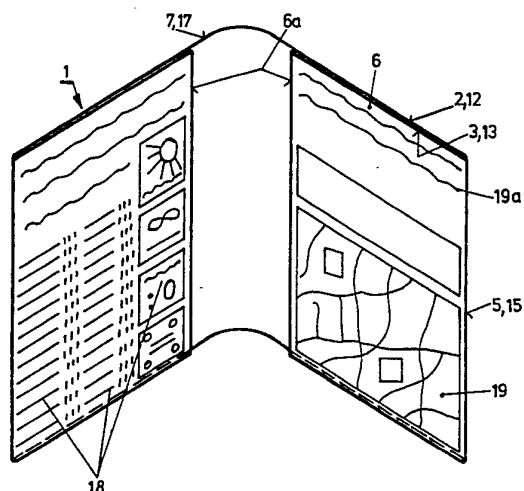
⑦③ Inhaber:
SLT Promotion AG, Zürich

⑦② Erfinder:
Soder, Stephan, Zollikerberg
Landert, Jürg, Zürich

⑦④ Vertreter:
Troesch Scheidegger Werner AG, Zürich

⑤④ **Schutzhülle als Werbeträger.**

⑤⑦ Um eine Werbebotschaft an einem Druckereierzeugnis, wie einer Zeitschrift, einem Buch, Journal, Amtsblatt, Monatsheft, Jahrbuch und dergleichen anzuordnen, ist eine das Druckereierzeugnis aussen umhüllende Hülle (1) vorgesehen, mit je endständig einer taschenartigen Aufnahme (6), für das einschiebbare Aufnehmen je der Front- bzw. Rückdeckelseite des Druckereierzeugnisses, um die Hülle am Druckereierzeugnis zu halten.



Beschreibung

Die vorliegende Erfindung betrifft einen Werbeträger für das Anordnen einer Werbebotschaft an einem Druckereierzeugnis sowie ein Druckereierzeugnis mit einem Werbeträger.

Bei Werbeträgern ist es wesentlich, dass die Werbebotschaft, welche durch den Werbeträger übermittelt wird, einen möglichst grossen Verbreitungsgrad aufweist. Dies heisst, dass möglichst viele Personen durch die Werbebotschaft erfasst werden können.

Bei Werbeträgern handelt es sich entsprechend vorteilhafterweise um solche, welche im Zusammenhang mit Vorgängen des täglichen Lebens zusammenhängen, resp. im täglichen Leben verwendet oder angewendet werden.

Die Aufgabe der vorliegenden Erfindung besteht daher im Schaffen eines derartigen Werbeträgers, der einen möglichst weiten Verbreitungsgrad aufweist, handlich und billig in der Herstellung ist und zudem wiederholt und häufig bei täglichen Vorgängen eine Werbebotschaft übermittelt, resp. präsentiert.

Erfindungsgemäss wird diese Aufgabe mittels einem Werbeträger gemäss dem Wortlaut nach Anspruch 1 gelöst.

Vorgeschlagen wird ein Werbeträger für das Anordnen einer Werbebotschaft an einem Druckereierzeugnis, wie beispielsweise einer Zeitschrift, einem Buch, Journal, Amtsblatt, Monatsheft, Jahrbuch und dgl., wobei der Werbeträger eine das Druckereierzeugnis aussen umhüllende Hülle umfasst, mit je endständig einer beispielsweise taschenartigen Aufnahme für das einschiebbare Aufnehmen je der Front- bzw. Rückdeckelseite des Druckereierzeugnisses, um die Hülle am Druckereierzeugnis zu halten. Mit andern Worten ist der Werbeträger etuiartig ausgestaltet, wobei die beiden Deckelseiten des Druckereierzeugnisses in je endständig an den Klappen des Etuis angeordneten Aufnahmen, wie beispielsweise Taschen, eingeschoben werden können.

Vorzugsweise ist der Werbeträger zweiteilig ausgebildet, umfassend einerseits die Hülle, welche im wesentlichen vorzugsweise transparent ist, und mindestens eine Einlage, die ebenfalls in die Aufnahmen einschiebbar bzw. wieder auswechselbar ist, welche Einlage zudem mindestens eine Werbebotschaft umfasst.

Weitere bevorzugte Ausführungsvarianten des erfindungsgemässen Werbeträgers sind in den abhängigen Ansprüchen 2 bis 8 charakterisiert bzw. beansprucht.

Der erfindungsgemäss beanspruchte Werbeträger eignet sich beispielsweise als Schutzhülle für Druckereierzeugnisse, wie beispielsweise ein Telefonbuch. Selbstverständlich kann der erfindungsgemäss beanspruchte Werbeträger auch als Schutzhülle für Adressbücher, Medizinjahrbücher, Chemiehandbücher, Rationenbücher, einen Autoindex, den sogenannten «Kompass» oder irgendwelche andere Druckereierzeugnisse verwendet werden.

Der grosse Vorteil des erfindungsgemäss beanspruchten Werbeträgers liegt darin, dass er einer-

seits beispielsweise Werbebotschaften umfassen kann, welche in direktem Bezug auf das umhüllte Buch bzw. dessen Inhalt stehen, oder Anzeigen und Inserate, welche sich auf Unternehmungen, Institutionen, Restaurants und dgl. beziehen, um eine Benützerperson des Druckereierzeugnisses anzusprechen. Andererseits ist es aber auch möglich, in diesen auswechselbaren Werbeträgern, wie beispielsweise einer Schutzhülle für ein Telefonbuch, Informationen miteinzuschliessen, welche sich auf eine bestimmte Region bzw. ein Quartier oder eine Gemeinde beziehen, in welchem bzw. in welcher der Benützer des Telefonbuches wohnt bzw. arbeitet. Der erfindungsgemäss vorgeschlagene Werbeträger bzw. die Schutzhülle für Telefonbücher hat also den Vorteil, dass, wie oben erwähnt, Regionen, quartier- bzw. gemeindebezogene Informationen auf den Deckelseiten des Telefonbuches mit eingeschlossen werden können, womit sich die Verwendung eines zusätzlichen Regionaltelefonbuches erübrigt. Damit kann die heute zur Regel gewordene Flut von Regionaltelefonbüchern eingeschränkt werden, was eine Einsparung an zu schaffende Druckereierzeugnissen mit sich bringt, womit unter anderem ebenfalls ein Beitrag an den Umweltschutz beigesteuert wird. Weitere Vorteile einer derartigen Schutzhülle liegen in ihrem Schutzeffekt, womit ein Telefonbuch länger benützbar bleibt. Durch die erfindungsgemässe Ausgestaltung kann die Schutzhülle rasch an einem Telefonbuch ersetzt werden, resp. der Werbe- und Informationsteil kann ausgewechselt werden. Wichtige Telefonnummern, wie die Nummer der Polizei, Feuerwehr, von Ärzten etc., können auf einer der Deckelseiten deutlich erkennbar angeordnet werden, was beispielsweise bei den verwendeten Telefonbüchern leider oft nicht der Fall ist.

Die Erfindung wird nun beispielsweise und unter Bezug auf die beigelegten Figuren näher erläutert. Dabei zeigen:

Fig. 1 eine transparente Schutzhülle eines erfindungsgemässen Werbeträgers für ein Telefonbuch,

Fig. 2 eine Einlage, beinhaltend Werbebotschaften, Informationen und dgl., um in die Hülle von Fig. 1 eingesteckt zu werden,

Fig. 3 die Einlage von Fig. 2 im eingesteckten Zustand in der Hülle von Fig. 1, und

Fig. 4 ein Telefonbuch, versehen mit einem erfindungsgemässen Werbeträger, umfassend die Hülle von Fig. 1 und die Einlage von Fig. 2.

Der erfindungsgemässen Werbeträger umfasst einerseits, wie in Fig. 1 dargestellt, eine Schutzhülle 1, welche an ihren beiden Klappen je eine Tasche 6 umfasst, gebildet durch die äussere Taschenklappe 2 und die innere Taschenklappe 3, welche endständig entlang dem Rand 5 miteinander verbunden sind. Entgegengesetzt zum Rand 5 weist die Tasche 6 eine schlitzförmige Öffnung 6a auf. Rückseitig sind die beiden Klappen der Hülle 1 durch eine Rückwand 7 miteinander verbunden.

Fig. 2 zeigt entsprechend eine Einlage 11, umfassend zwei äussere Klappenseiten 12 und zwei innere Klappenseiten 13, welche je über die beiden

endständigen Randpartien 15 miteinander verbunden sind. Die beiden äusseren Klappen 12 sind in der Ausführung gemäss Fig. 2 über die rückwärtige Randpartie 17 miteinander verbunden. Die Einlage kann aber auch aus zwei getrennten, je um den Rand 15 gefalteten Doppelseiten bestehen, ohne dass die äusseren Klappen miteinander verbunden sind. In diesem Fall entfällt die rückwärtige Randpartie 17.

Wie erfindungsgemäss vorgeschlagen umfasst die Einlage 11 sowohl Werbetbotschaften, wie Inserate, Anzeigen und dgl., wie auch Informationen, wie Telefonnummern, Adressen, Städtepläne und dgl. Diese Werbetbotschaften und Informationen sind einerseits auf den äusseren beiden Klappen-seiten 12 nach aussen gerichtet, in Fig. 2 nicht sichtbar angeordnet, wie auch auf den beiden nach innen entlang dem Rand 15 rückwärts geklappten Seiten 13, wobei diese die Informationen bzw. Werbetbotschaften, in Fig. 2 sichtbar, nach innen gerichtet umfassen. In Fig. 2 dargestellt umfasst beispielsweise die linke Klappe 13 Anzeigen 18 und die rechte Klappe einen Stadtplan 19 sowie Informationen 19a. Die gewählte Darstellung umfasst ein Beispiel. Selbstverständlich können alle Seiten die erwähnten Anzeigen, Informationen usw. enthalten.

In Fig. 3 ist die Einlage 11 in die Schutzhülle 1 eingesteckt dargestellt, wobei dies durch Einführen je von zwei Klappseiten 12 und 13 durch die Schlitz-ze 6a der Taschen 6 geschieht. Da die Hülle 1 transparent ausgebildet ist, beispielsweise hergestellt aus einem allgemein gebräuchlichen Kunststoff, wie Polyäthylen, PVC, oder dgl., sind die Informationen bzw. Anzeigen, Inserate, Städtepläne, etc., sowohl nach aussen gerichtet (in Fig. 3 nicht sichtbar) wie auch nach innen gerichtet gut sichtbar. Auf eine detaillierte Beschreibung von Fig. 3 wird verzichtet, da es sich ja lediglich um eine Kombination der beiden Fig. 1 und 2 handelt, wobei sich gleiche Bezugszeichen auf gleiche Teile in den Fig. 1 und 2 beziehen.

In Fig. 4 letztendlich ist ein erfindungsgemässer Werbeträger dargestellt, angebracht an einem Telefonbuch 22, wobei die beiden Deckelseiten des Telefonbuches 22 durch die beiden Schlitz-ze 6a hindurch in die beiden Klappdeckel der Schutzhülle 1 eingeschoben angeordnet sind, und zwar zwischenliegend je zwischen zwei Blätter 12 und 13 der Einlage 11, so dass die Deckelseiten des Telefonbuches nicht mehr sichtbar sind. Vielmehr ist nun von vorne her gesehen die Aussenseite des Klappenblattes 12 sichtbar, einerseits umfassend die Angabe 23, um welches Telefonbuch es sich beim Telefonbuch 22 handelt. Zusätzlich beinhaltet die Information 23 eine spezifische Angabe 23a, um welchen Teilbereich bzw. um welches Quartier oder welche Region es sich handelt, welche durch den erfindungsgemäss definierten Werbeträger abgedeckt wird. Im dargestellten Beispiel handelt es sich um das Telefonbuch des Stadt Zürich, und speziell geeignet ist der in Fig. 4 dargestellte Werbeträger für die Quartiere des Kreises 6, d.h. also für die Quartiere Oberstrass und Unterstrass. Analog könnte es sich beim Telefonbuch beispielsweise um die

Nr. 15, abdeckend einen Teil des Kantons Zürich handeln, und die verwendete Schutzhülle könnte beispielsweise die Gemeinde Dübendorf betreffen. Entsprechend sind auch irgendwelche andere Kombinationen möglich.

Dabei bilden nun die Hülle 1 und die Einlage 11 zusammen gleichzeitig eine Schutzhülle für das Telefonbuch 22, wobei Schutzhülle und Telefonbuch zusammen eine Einheit 21 bilden.

Infolge der Transparenz der Hülle 1 bzw. der Deckklappe 2 sind nun frontseitig, wie bereits oben erwähnt, sämtliche Informationen des Klappblattes 12 von der Einlage 11 nach aussen sichtbar, die nebst den Angaben 23 und 23a ebenfalls beispielsweise Inserate und Annoncen 24 umfassen können. Der Telefonrücken kann, wie in der Ausführung gemäss Fig. 4, durch die beiden Rückenbereiche 7 bzw. 17 der Hülle und der Einlage überdeckt sein, oder aber frei sichtbar sein, falls die Einlage zweiteilig ist, ohne die Verbindung 17 zwischen den beiden äusseren Klappseiten 12.

Wie bereits oben erwähnt, liegt in der Verwendung einer derartigen Schutzhülle ein grosser Vorteil gegenüber den heute weit verbreiteten quartierbezogen bzw. gemeindebezogenen Telefonbüchern, als damit auf diese vollständig verzichtet werden kann. Die Einlage der erwähnten Schutzhülle bzw. des Werbeträgers kann sämtliche Informationen, Adressen, Telefonnummern, Pläne etc., enthalten, welche im Zusammenhang mit einem speziellen Quartier bzw. einer speziellen Gemeinde wichtig sind. Derartige wichtige Informationen können Angaben über Notfalltelefonnummern enthalten, wie für Polizei, Feuerwehr, Sanität, ärztlicher Notfalldienst etc. Letztendlich und für die Finanzierung einer derartigen Schutzhülle nicht unwesentlich, dient diese gleichzeitig als Werbeträger, indem die Schutzhülle Inserate, Annoncen und sonstige Werbetbotschaften beinhalten kann, welche sich vorzugsweise ebenfalls auf den spezifischen Bereich bzw. die spezielle Region oder Gemeinde beziehen, für welche die Verwendung der Schutzhülle gedacht ist.

Der in den Fig. 1 bis 4 dargestellte und beschriebene Werbeträger ist selbstverständlich nicht auf die dargestellte und beschriebene Verwendung für ein Telefonbuch beschränkt, sondern lässt sich als Schutzhülle für ein x-beliebiges Druckereierzeugnis verwenden. Insbesondere denkbar ist die Verwendung als Schutzhülle für Monatszeitschriften, Jahrbücher, chemische Handbücher, Informationsbücher über Medikamente etc. Dabei kann die Schutzhülle Werbetbotschaften miteinschliessen, die sich auf den Inhalt des Buches beziehen, wie beispielsweise für Medikamente einer speziellen Firma, chemische Erzeugnisse usw. Daneben aber sind auch berufsspezifische Informationen denkbar, wie beispielsweise Verbandsadressen, Adressen und Telefonnummern von Berufskollegen etc. Erfindungswesentlich ist die Tatsache, dass ein Werbeträger für das Anordnen einer Werbetbotschaft an einem Druckereierzeugnis, wie einer x-beliebigen Zeitschrift, einem Buch, Journal etc., vorgeschlagen bzw. geschaffen wird, mindestens umfassend eine Hülle für dieses Druckereierzeugnis, welches aus-

sen umhüllend und damit von aussen sichtbar am Druckereierzeugnis fest mit diesem verbunden angeordnet werden kann. Dabei kann entweder die Hülle selbst die Werbebotschaft beinhalten, oder aber die Hülle kann weiter mit einer Einlage versehen werden, auf welcher die Werbebotschaften angeordnet sind.

Patentansprüche

1. Werbeträger für das Anordnen einer Werbebotschaft an einem Druckereierzeugnis, dadurch gekennzeichnet, dass eine das Druckereierzeugnis (22) wenigstens aussen umhüllende Hülle (1) vorgesehen ist, mit je endständig einer Aufnahme (6) für das einschiebbare bzw. ein- oder ansteckbare Aufnahmen je der Front- bzw. Rückdeckelseite des Druckereierzeugnisses, um die Hülle am Druckereierzeugnis zu halten.

2. Werbeträger nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass die Hülle (1) im wesentlichen transparent ist und der Werbeträger weiter mindestens eine, in mindestens eine der Aufnahmen (6) einschiebbare, wieder auswechselbare Einlage (11) umfasst, welche dazu bestimmt ist eine Werbebotschaft (18) zu tragen.

3. Werbeträger nach Anspruch 2, dadurch gekennzeichnet, dass die Einlage (11) ein an einem Rand (15) zusammenhängend gefaltetes Doppelblatt (12, 13) ist, das dazu vorgesehen ist, um eine der Deckelseiten des Druckereierzeugnisses sowohl aussen wie auch innen im wesentlichen zu überdecken.

4. Werbeträger nach einem der Ansprüche 2 oder 3, dadurch gekennzeichnet, dass zwei Einlagen (11) vorgesehen sind, je bestehend aus einem, um einen Rand (15) gefalteten Doppelblatt, wobei das eine Doppelblatt dazu vorgesehen ist, die Frontdeckelseite, und das andere Doppelblatt vorgesehen ist, die Rückdeckelseite des Druckereierzeugnisses je aussen und innen im wesentlichen zu überdecken.

5. Werbeträger nach Anspruch 4, dadurch gekennzeichnet, dass die beiden Einlagen (11) zusammenhängend einstückig sind, wobei je die äusseren Blätter (12) der beiden Doppelblätter, vorgesehen für die Aussen-Überdeckung der Front- und der Rückdeckelseite des Druckereierzeugnisses, miteinander entlang je des freien Randes der Blätter (12) einstückig miteinander verbunden sind, wobei diese Verbindung (17) dazu vorgesehen ist, um die Rückenseite des Druckereierzeugnisses (22) zu überdecken.

6. Werbeträger nach einem der Ansprüche 2 bis 5, dadurch gekennzeichnet, dass die Einlage (11) zwei je entlang eines Randes (15) gefaltete Doppelblätter (12, 13) umfasst, wobei die Einlage einstückig ausgebildet ist, indem die beiden äusseren Blätter bzw. Seiten (12) der Doppelblätter entlang je demjenigen Blattrand (17), welcher dem Faltrand (15) je gegenüberliegt, miteinander verbunden sind, derart, dass die beiden verbundenen Blätter (12) bzw. Blattseiten eine äussere Einlagehülle bilden, vorgesehen um die Front- bzw. die Rückdeckelseite des Druckereierzeugnisses aussen zu umhüllen,

welche äussere Einlagehülle je endständig einwärts um je den Rand (15) gefaltet, je das andere Blatt (13) der beiden Doppelblätter umfasst, vorgesehen für das innenseitige Überdecken von Front- und Rückdeckelseiten des Druckereierzeugnisses.

7. Werbeträger nach einem der Ansprüche 2 bis 6, dadurch gekennzeichnet, dass die Einlage(-n) (11) in der Hülle (1) bzw. deren Aufnahmen (6) eingelassen ist bzw. sind, derart, dass die Einlage (11) zwischen der Hülle (1) und den Front- bzw. Rückdeckelseiten des Druckereierzeugnisses (12) angeordnet ist.

8. Werbeträger nach einem der Ansprüche 2 bis 7, dadurch gekennzeichnet, dass die Hülle (1) und/oder die Einlage (11) zusätzlich Informationen (19) enthält, welche vorzugsweise in bezug auf das umhüllende Druckereierzeugnis stehen und/oder zur Benützerperson des Druckereierzeugnisses.

9. Druckereierzeugnis mit einem Werbeträger nach einem der Ansprüche 1 bis 8.

10. Druckereierzeugnis nach Anspruch 9, dadurch gekennzeichnet, dass es in Form eines Buches gebunden ist, z.B. als Telefonbuch.

