

(19)



Republik
Österreich
Patentamt

(10) Nummer:

AT 005 658 U1

(12)

GEBRAUCHSMUSTERSCHRIFT

(21) Anmeldenummer: GM 599/00

(51) Int.Cl.⁷ : **G06F 17/60**
A63F 3/06

(22) Anmeldetag: 18. 8.2000

(42) Beginn der Schutzdauer: 15. 8.2002

(45) Ausgabetag: 25. 9.2002

(73) Gebrauchsmusterinhaber:

WRANIK GERHARD
A-4783 WERNSTEIN, OBERÖSTERREICH (AT).

(54) NEUARTIGE VIRTUELLE PLATTFORM FÜR DIE WERBUNG IM INTERNET MIT GEWINNCHANCE ALS BENUTZERANIMATION

(57) Um Werbung via Internet sowohl für die Anbieter als auch die User effizient und überschaubar zu machen, werden virtuelle Werbeplattformen, geordnet nach bestimmten Kriterien wie insb. Regionen/Branchen/Sortimente eingerichtet, bei deren Besuch ein User die darin enthaltenen Werbewerks der verschiedenen Anbieter durchschreiten muss. Zusätzlich wird die virtuelle Werbeplattform mit einer "Gewinnchance" kombiniert, gemäß der jeder z.B. 500ste Besucher der virtuellen Plattform eine Gewinn/Userprämie erhält. Neben den in den virtuellen Plattformen enthaltenen interessant, attraktiv und konsumierbar gestalteten Werbewerks wird der User durch diese Gewinnchance zusätzlich zum Besuch animiert. Die Gewinn-/Userprämien werden aus Werbeeinnahmen finanziert, die jeder Werbende pro User-Zugriff zu entrichten hat, wobei die Zugriffsmenge pro Monat beschränkt wird.

AT 005 658 U1

a) Die Erfindung bezieht sich auf eine neuartige virtuelle Werbeplattform im Internet. Die Werbenden haben dabei die Möglichkeit ihre Werbewerbs auf verschiedenen, nach bestimmten Kriterien geordneten, virtuellen Plattformen zu präsentieren.

Jede virtuelle Plattform verwaltet nur eine beschränkte Anzahl von Werbewerbs. Wenn ein User eine virtuelle Werbeplattform besucht, werden die darin enthaltenen Werbewerbs automatisch geöffnet.

Der sog "Counter" zählt die User-Zugriffe auf die jeweilige virtuelle Plattform. Jeder User-Zugriff auf eine virtuelle Plattform löst beim Inhaber der darin enthaltenen Werbewerb eine Zahlungsverpflichtung aus.

Die so erzielten Werbeeinnahmen werden zur Zugriffsanimation benutzt: Jedem Besucher der virtuellen Plattform wird eine "Gewinn-/Userprämie" in Aussicht gestellt, wenn er der "XY"ste Besucher der konkreten virtuellen Plattform ist (zB jeder 500ste Besucher) - die Werbeeinnahmen werden daher zum Teil reinvestiert, um User durch eine Gewinnchance zum Besuch der virtuellen Werbeplattformen anzuregen.

b) Das Internet ist neben einem Wirtschafts- und Informationsmedium auch ein gigantischer Werbeträger. Im Internet befinden sich eine Vielzahl von Werbung beinhaltender Websites. Gleichzeitig mit dem rasanten Zuwachs an Informationsangeboten im Internet, wird aber die Internetwerbung in der derzeitigen Form zunehmend unüberschaubar und für den Werbenden bzw den User ineffizient und wirkungslos: Derzeit findet ein Internet-User einen Anbieter eines bestimmten Produktes für ein bestimmtes Gebiet nur dann, wenn er die Internetadresse kennt, wenn er sie

durch das Benützen einer Suchmaschine findet oder wenn er durch Zufall auf sie stösst.

Eine wirklich effektive und überschaubare Ausgangsbasis für Internetwerbung, um verschiedene Kaufinteressenten anzusprechen existiert aber nicht.

c) Der Erfindung liegt die Aufgabe zu Grunde, virtuelle Werbeplattformen, geordnet nach bestimmten Kriterien zu schaffen, um Werbung im Internet den Usern in überschaubarer Weise zugänglich zu machen und User zum Zugriff zu animieren.

Die User haben dabei die Möglichkeit, eine nach zB Sortiment/Branche/Land geordnete virtuelle Plattform samt den darin enthaltenen, mengenmäßig begrenzten Werbewebs verschiedener Unternehmen zu öffnen und zu konsumieren. Der Besuch der virtuellen Plattformen soll neben konventionellen Werbemaßnahmen insbesondere durch das in Aussicht stellen einer Gewinnchance gefördert werden.

Ziel der Erfindung soll die Schaffung von attraktiven und überschaubaren virtuellen Werbeplattformen sein, von denen User Dienstleistungs- und Produktinformationen von verschiedenen Werbewebs, kombiniert mit einer unverbindlichen und kostenlosen Gewinnchance, dass zum Besuch der virtuellen Werbeplattformen animiert, beziehen können.

d) Die Erfindung löst diese Aufgabe in folgender Weise:

Zunächst soll durch konventionelle Werbung der User auf die Domain des Anbieters der virtuellen Werbeplattformen aufmerksam gemacht werden.

Steuert der User die Domain des virtuellen Werbeplattformanbieters an, trifft er auf ein Inhaltsverzeichnis von verschiedenen virtuellen Plattformen, die ihrerseits eine begrenzte Anzahl von Werbewebs enthalten.

Der User hat dabei die Möglichkeit auf eine von ihm gewünschte, nach zB Sortiment/Branchen/Region unterteilte virtuelle Plattform zu gelangen. Die so gewählte virtuelle Plattform besteht im Wesentlichen aus zwei Teilen: Einerseits aus den Werbewebseiten der Werbenden, die zB Produktinformationen enthalten und andererseits aus dem "Counter", der die getätigten Userzugriffe auf die virtuelle Plattform zählt.

Hat der User die gewünschte virtuelle Plattform ausgewählt, wird er automatisch durch eine "Werbeweblandschaft" geführt, die attraktiv, übersichtlich und für User konsumierbar gestaltet ist.

Zum Besuch der virtuellen Werbeplattformen sollen die User neben der herkömmlichen Werbung auch durch eine Gewinnchance animiert werden: Jeder zB 500ste Besucher der jeweiligen virtuellen Werbeplattform, der vom "Counter" ermittelt wird, erhält eine Gewinn-/Userprämie: Im Falle des Gewinnes wird ein e-mail-Fenster geöffnet und der User darüber informiert, dass er die Gewinn-/Userprämie per e-mail anfordern muss. Ein sendefertiges e-mail-Formular erscheint automatisch, in das der User seine Daten einfüllt und an die Ursprungsdomain sendet. Der User kann aber auch von der Gewinn-/Userprämie durch einen "Verzichtsklick" absteigen.

Unabhängig von der Gewinn-/Userprämie muss jeder User die von ihm gewählte virtuelle Werbeplattform, samt den sich darin befindlichen und automatisch geöffneten Werbewebseiten durchschreiten - der User konsumiert die Werbung!

Die auszuschüttende Gewinn-/Userprämie wird durch die Werbeeinnahmen finanziert. Diese Einnahmen werden wie folgt erzielt: Jeder Werbende, der seine Werbewebseite in der virtuellen Plattform placieren möchte, hat pro User-Zugriff auf die virtuelle Plattform, in der sich seine Werbewebseite befindet, einen im Vorhinein festgelegten Betrag zu bezahlen. Jeder User der virtuellen

Plattform erhöht damit die Werbeeinnahmen, die zur Prämienaus-schüttung und letztendlich zur Animation zum Besuch der virtu-ellen Plattform dient. Um die Kosten für die Werbenden begrenz-und kalkulierbar zu machen, wird nur eine bestimmte Anzahl von Zugriffen pro Monat und virtuelle Plattform ermöglicht. Der Werbende kann daher im Vorhinein genau berechnen, wie hoch ma-ximal seine Werbeausgaben pro Monat sein werden, indem er die maximale Zugriffsmenge pro Monat (zB 10.000) mit dem Betrag pro Zugriff (zB ATS 2,--) multipliziert.

Wenn die maximale Zugriffsmenge erreicht wird, wird die konkre-te virtuelle Werbeplattform geschlossen und erst wieder am 01. des nächsten Monats, 0.00 Uhr geöffnet; der "Counter" beginnt dann wieder bei Zugriff-Nr. 1.

Ansprüche

Die Programmlogik für eine virtuelle Plattform für die Werbung im Internet, bei der InternetUser eine Werbeplattform, bestehend aus mehreren Werbewebs, besuchen und die wie folgt gekennzeichnet ist:

- ⇒ Ein Counter zählt die Userzugriffe auf die Werbeplattform;
- ⇒ jeder UserBesuch auf einer Werbeweb löst beim Werbenden eine Zahlungsverpflichtung an den Provider aus;
- ⇒ ein User erhält einen Gewinn, wenn er der xy-ste Besucher einer Werbeweb ist und diese xy-ste Zugriffszahl mit der im Vorhinein festgelegten Gewinnzahl übereinstimmt;
- ⇒ im Fall eines Gewinnes wird ein E-mail Fenster geöffnet;
- ⇒ mittels sendefertigem E-mail-Formular kann der Gewinn angefordert werden; und
- ⇒ wenn eine maximale Userzugriffszahl erreicht wird, wird die Werbeplattform geschlossen und erst am 01. des nächsten Monats wieder geöffnet.



ÖSTERREICHISCHES PATENTAMT

AT 005 658 U1

A-1014 Wien, Kohlmarkt 8-10, Postfach 95
TEL. +43/(0)1/53424; FAX +43/(0)1/53424-535;
Postscheckkonto Nr. 5.160.000 BLZ: 60000 SWIFT-Code: OPSKATWW
IBAN: AT36 6000 0000 0516 0000 UID-Nr. ATU38266407; DVR: 0078018

RECHERCHENBERICHT

zu 15 GM 599/2000-2

Ihr Zeichen: W 350

Klassifikation des Antragsgegenstandes gemäß IPC⁷ : G 06 F 17/60, A 63 F 3/06

Recherchierter Prüfstoff (Klassifikation): G 06 F

Konsultierte Online-Datenbank: EPOQUE, Internet

Der Recherchenbericht wurde auf der Grundlage der am 6. August 2001 eingereichten Ansprüche 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 zugrundeliegende Fassung der Ansprüche kann beim Österreichischen Patentamt während der Amtsstunden Einsicht genommen werden.

Kategorie	Bezeichnung der Veröffentlichung (Ländercode, Veröffentlichungsnummer, Dokumentart (Anmelder), Veröffentlichungsdatum, Textstelle oder Figur (soweit erforderlich))	Betreffend Anspruch
A	US 5,791,991 A (SMALL), 11. August 1998 (11.08.98), *** Fig.2, Fig. 4 ***	1
A	US 5,823,879 A (GOLDBERG), 20. Oktober 1998 (20.10.98)	1
A	*** Ansprüche 76, 40-75, Fig. 6a+b, Fig.7 *** AT 2750 U1 (CS-GASTRONOMIE), 25. März 1999 (25.03.99) *** gesamte Druckschrift ***	1
☒ Fortsetzung siehe Folgeblatt		
Kategorien der angeführten Dokumente (dienen in Anlehnung an die Kategorien der Entgegenhaltungen bei EP- bzw. PCT-Recherchenberichten nur zur raschen Einordnung des ermittelten Standes der Technik, stellen keine Beurteilung der Erfindungseigenschaft dar): "A" Veröffentlichung, die den allgemeinen Stand der Technik definiert. "Y" Veröffentlichung von Bedeutung; die Erfindung 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. "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, das von besonderer Bedeutung ist. "&" 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 Codes siehe WIPOST.3.		

Datum der Beendigung der Recherche: 29. April 2002 Prüferin: Dipl.-Ing. Fastenbauer

**ÖSTERREICHISCHES PATENTAMT**

A-1014 Wien, Kohlmarkt 8-10, Postfach 95

TEL. +43/(0)1/53424; FAX +43/(0)1/53424-535; TELEX 136847 OEPA A
Postscheckkonto Nr. 5.160.000 BLZ: 60000 SWIFT-Code: OPSKATWW
IBAN: AT36 6000 0000 0516 0000 UID-Nr. ATU38266407; DVR: 0078018

AT 005 658 U1

Folgeblatt zu 15 GM 599/2000-2

Kategorie	Bezeichnung der Veröffentlichung (Ländercode, Veröffentlichungsnummer, Dokumentart (Anmelder), Veröffentlichungsdatum, Textstelle oder Figur (soweit erforderlich))	Betreffend Anspruch
A	ZEFF Robin, ARONSON Bred. Advertising on the internet, 2nd Edition, New York: Wiley Computer Publishing, August 1999. ISBN 0-471-34404-4. Insbesondere Kapitel 3 "Internet Direct Marketing", "Contests and Games (Seiten 91-94).	1
☐ Fortsetzung siehe Folgeblatt		

Die genannten Druckschriften können in der Bibliothek des Österreichischen Patentamtes während der Öffnungszeiten (Montag bis Freitag von 8 bis 12 Uhr 30, Dienstag von 8 bis 15 Uhr) unentgeltlich eingesehen werden. Bei der von der Teilrechtsfähigkeit des Österreichischen Patentamtes betriebenen Kopierstelle können schriftlich (auch per Fax Nr. 01 / 534 24 - 737) oder telefonisch (Tel. Nr. 01 / 534 24 - 738 oder - 739) oder per e-mail: Kopierstelle@patent.bmwa.gv.at **Kopien** der ermittelten Veröffentlichungen bestellt werden. Auf Bestellung 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 01 / 534 24 - 738 oder - 739 (Fax. Nr. 01/534 24 – 737; e-mail: Kopierstelle@patent.bmwa.gv.at).