

(12) **Österreichische Patentanmeldung**

(21) Anmeldenummer: A 50753/2019
(22) Anmeldetag: 30.08.2019
(43) Veröffentlicht am: 15.03.2021

(51) Int. Cl.: **G06Q 30/02** (2012.01)

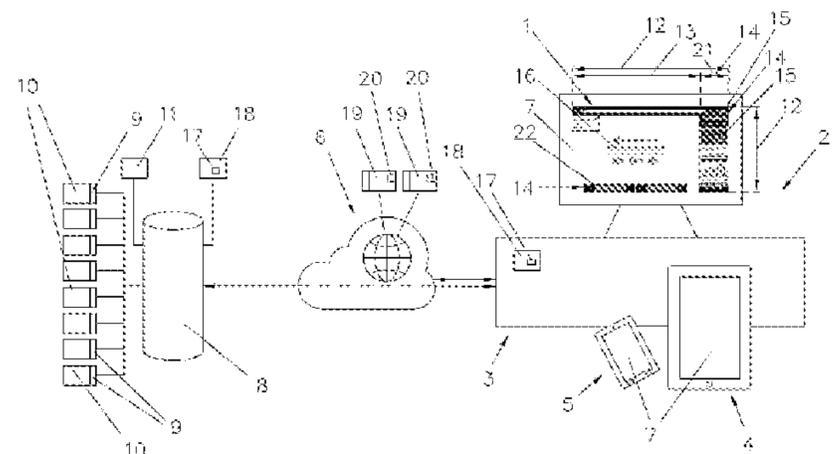
(71) Patentanmelder:
Luntsch Albert
2521 Trumau (AT)
Schaller Gerald
2345 Brunn am Gebirge (AT)

(72) Erfinder:
Luntsch Albert
2521 Trumau (AT)

(74) Vertreter:
Felfernig und Graszitz Rechtsanwälte GmbH
7000 Eisenstadt (AT)

(54) **Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen in einem Browser und/oder in einer App**

- (57) Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen (10, 20) in einem Browser (1) bei dem auf einem Computer (3), Laptop, Tablet (4) oder Handy (5), eine Software installiert wird und der Browser (1) auf einem Display (7) beim Aktivieren der Software angezeigt wird,
- wobei über den Browser (1) im Internet und/oder Intranet (6) nach Content (19a), insbesondere Keywords, Überschriften, Bildbeschreibungen, IP-Adressen usw., recherchiert wird und die Ergebnisse in einem Anzeigebereich (13) des Browsers (1) angezeigt werden,
 - wobei am Browser (1) oberhalb des Anzeigebereiches (13) eine Funktionsleiste mit einem Eingabefeld, insbesondere für Suchwörter, Links, IP-Adressen, usw., angezeigt wird,
 - wobei beim Start einer Suchabfrage oder Aktivieren eines Ergebnisses im Anzeigebereich (13) oder beim Aufruf einer Internetseite vom Browser (1) in einer Datenbank (8), insbesondere Werbedatenbank, parallel nach hinterlegten Werbeanzeigen (10), die in Zusammenhang mit definierten Kriterien (11) und/oder dem Content (19a) stehen, gesucht wird,
 - wobei bei einer hinterlegten und gefundenen Werbeanzeige (10) diese unabhängig oder abhängig von der aufgerufenen Internet- bzw. Webseite (19) im Browser (1) angezeigt wird.



Zusammenfassung:

Die Erfindung beschreibt ein Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen (10, 20) in einem Browser (1), insbesondere „Encores-Browser“, bei dem auf einem elektronischen Medium (2), insbesondere Computer (3), Laptop, Tablet (4) oder Handy (5), eine Software oder App des Browser (1) installiert wird und der Browser (1) auf einem Bildschirm bzw. Display (7) bei Aktivieren der Software oder App angezeigt wird, wobei über den Browser (1) im Internet und/oder Intranet (6) nach sogenanntem Content (19a), insbesondere Keywords, Überschriften, Bildbeschreibungen, Meta descriptions, IP-Adressen usw., recherchiert wird und die Ergebnisse in einem Anzeigebereich (13) des Browser (1) angezeigt bzw. aufgelistet werden, wobei am Browser (1) oberhalb des Anzeigebereiches (13) eine Funktionsleiste mit einem Eingabefeld, insbesondere für Suchwörter, Links, IP-Adressen, usw., angezeigt wird. Beim Start einer Suchabfrage oder Aktivieren eines Ergebnisses im Anzeigebereich (13) oder beim direkten Aufruf einer Internetseite vom Browser (1) auf einer Datenbank (8), insbesondere Werbedatenbank, parallel nach hinterlegten Werbeanzeigen (10), die in Zusammenhang mit definierten Kriterien (11) und/oder dem Content (19a) stehen, abgefragt wird, wobei bei einer hinterlegten und gefundenen Werbeanzeige (10) diese Werbeanzeige (10) unabhängig oder abhängig von der aufgerufenen Internet- bzw. Webseite (19) im Browser (1) angezeigt wird.

Fig. 1

Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen in einem Browser und/oder in einer App

Die Erfindung betrifft ein Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen in einem Browser sowie ein Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen in einer App, wie in den Ansprüchen 1 und 11 beschrieben.

Das Internet wird unter anderem auch als Plattform benutzt, um Werbeeinschaltungen anzuzeigen. Dabei sind bereits mehrere Möglichkeiten zur Darstellung von Werbeanzeigen über Webanwendungen bekannt, beispielsweise Suchmaschinen-Werbung, wie Google-Ads auf der Google-Suchmaschine, oder Werbung direkt auf Shop-Plattformen, wie amazon.de, oder Webseiten einzelner Firmen.

Nachteilig dabei ist, dass bei Shop-Plattformen bzw. Webseiten vom User bzw. Internetsurfer diese Seite aufgefunden werden muss und auch bei der Suche in Suchmaschinen, wie Google-Ads, Werbeanzeigen oft ignoriert werden bzw. nicht im Fokus des Users stehen, der mit einer Suche meist ein bestimmtes Ergebnis finden will.

Folglich nutzen Firmen bzw. Verkäufer wiederum eine Vielzahl anderer Plattformen bzw. Methoden, wie Social Media, zB Weblogs, Foren, Social Networks, Wikis und Podcasts etc., um deren Webinhalte entsprechend zu vernetzen und deren Werbung und Produkte an den User bzw. Käufer zu bringen. Nachteilig ist auch hier, dass die Werbeinhalte vom User bzw. Käufer, der sich für das beworbene Produkt interessiert, erst aufgefunden werden muss. Bei der Vielzahl an Möglichkeiten wird es außerdem zunehmend schwer, als Verkäufer herauszufiltern, welcher Medien die potentielle Käuferschicht sich bedient bzw. wo im Internet sie surfen. Hinzu kommt, dass die Wartung der Daten und Werbeanzeigen auf der Vielzahl an unterschiedlichen

Plattformen sehr zeitaufwändig und komplex ist. Eine objektive Auswertung des getriebenen Werbeaufwandes wird dabei zudem schier unmöglich.

Oftmals werden deshalb Werbefirmen beauftragt, die mit entsprechenden Fachkenntnissen in der Lage sind, die Vielzahl an Werbemitteln zu nutzen, miteinander zu verknüpfen und auszuwerten, um so mit der Werbung zahlreiche User bzw. potenzielle Käufer zu erreichen. Nachteilig dabei ist, dass derartige Werbeprofis mittlerweile eine eigene Branche darstellen, die sich deren Dienste gut bezahlen lässt. Zudem ist für den Verkäufer schwer nachvollziehbar, ob die Auswertungen der Werbefirmen auch objektiv sind, zumal diese gleichzeitig ihre eigenen Dienstleistungen auswerten. Die Werbefirma fungiert hier als Link bzw. Schnittstelle zwischen Verkäufern und Käufern bzw. zwischen Angebot und Nachfrage. Dieser Weg stellt immer noch die effektivste Möglichkeit dar, ist gleichzeitig aber auch die teuerste und für den Verkäufer von Produkten dennoch sehr intransparent.

Im Endeffekt treffen oftmals mehrere Fronten zusammen, zum einen Internet-User als potentielle Käufer, die von irrelevanter, für sie unerwünschter Werbeflut mittlerweile überfordert sind und diese als unangenehm empfinden und schon gar nicht mehr sehen wollen und damit bewusst oder unbewusst auch ausblenden und zum anderen Werbetreibende, insbesondere der Fachhandel, der die potentielle Käuferschicht mit seiner Werbung und seinen Produkten erreichen will, aber immer wieder mit dem Problem konfrontiert ist, dass er sein Fachpublikum nur schwer erreicht, ohne in großem Stil mit großem Werbeaufwand Werbung zu streuen mit dem Risiko, dass die angesprochene Käuferschicht nicht erst recht die gesamte Werbung pauschal mittels Werbeblockern etc. ausblendet oder aber unbewusst aufgrund der heutigen Werbeflut nicht wahrnimmt.

Aufgabe der Erfindung ist es daher, ein Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen zu schaffen, mit dem einerseits die obgenannten Nachteile, insbesondere das mangelnde Erreichen der Käufer generell bzw. der relevanten Käuferschicht im passenden Zeitpunkt im Speziellen sowie die mangelnde Auswertbarkeit der Käufer- und Werbe-Daten verhindert werden, und andererseits kostengünstig und effizient dafür zu sorgen, dass der Käufer die Werbeanzeige

möglichst effektiv und/oder aktiv wahrnimmt und/oder der Verkäufer bzw. Werbetreibende auswertbare und/oder einstellbare Parameter zur Steuerung der Werbeanzeige erhält. Eine weitere Aufgabe ist es auch, den Bedienungsaufwand beim Schalten von Werbung in elektronischen Medien zu vereinfachen.

Die Aufgabe wird durch die Erfindung gelöst.

Die Erfindung betrifft ein Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen in einem **Browser**, insbesondere „Encores-Browser“, bei dem auf einem elektronischen Medium, insbesondere Computer, Laptop, Tablet oder Handy, eine Software oder App des Browser installiert wird und der Browser auf einem Bildschirm bei Aktivieren der Software oder App angezeigt wird, wobei über den Browser im Internet oder Intranet nach sogenannten Contents, insbesondere Keywords, Überschriften, Bildbeschreibungen, Meta-Descriptions, IP-Adressen usw., recherchiert wird und die Ergebnisse in einem Anzeigebereich des Browsers angezeigt bzw. aufgelistet werden, wobei am Browser oberhalb des Anzeigebereiches eine Funktionsleiste mit einem Eingabefeld, insbesondere für Suchwörter, Links, IP-Adressen, usw., angezeigt wird.

Das erfindungsgemäße Verfahren ist dabei dadurch gekennzeichnet, dass beim Start einer Suchabfrage oder Aktivieren eines Ergebnisses im Anzeigebereich oder beim direkten Aufruf einer Internetseite vom Browser auf einer Werbedatenbank parallel nach hinterlegten Werbeanzeigen, die in Zusammenhang mit definierten Contents stehen, abgefragt wird, wobei bei einer hinterlegten und gefundenen Werbeanzeige diese Werbeanzeige unabhängig von der aufgerufenen Internetseite im Browser angezeigt wird.

Vorteilhaft daran ist, dass unabhängig davon, auf welcher Webseite sich der Internet-User bzw. potentielle Käufer befindet, nutzerspezifische Werbeanzeigen geschaltet werden können. Somit wird eine hohe Anzahl von Internet-Usern mit konkret für sie interessanten Werbeanzeigen direkt in einem eigenen Bereich des Webrowsers angesprochen. Beispielsweise ist es damit also möglich, dass einem User, der sich auf einer Webseite der Firma „Mediamarkt“ befindet und einen Laptop sucht, eine Werbeanzeige eines Laptops des Konkurrenten „CD1“ oder „Conrad“ angezeigt wird.

Anders als bisher aus dem Stand der Technik bekannt, wo unter jeder Domain bzw. auf jeder Internetseite (wie Facebook, Amazon, Google, etc.) eigene Werbeanzeigen geschaltet werden und dort aufrufbar sind, ist es nun erfindungsgemäß erstmals möglich, direkt im Webbrowser in einem eigenen Bereich bzw. Bildabschnitt oder Frame Werbeanzeigen von Drittanbietern anzuzeigen. Webseiteninhaber, wozu selbst Suchmaschinenanbieter wie Google oder Bing gehören, konnten bisher passiv – d.h. der User bzw. potentielle Käufer musste die Webseite aufsuchen – auf deren Webseite Werbeanzeigen schalten. Nunmehr ist es aber möglich, den User bzw. potentiellen Käufer aktiv – d.h. unabhängig davon, auf welcher Webseite er sich befindet – mit, insbesondere seinem Nutzerverhalten angepassten, Werbeanzeigen zu versorgen. Man kann also sagen, dass eine oder auch mehrere Werbeanzeige auf eine Vielzahl aufgefundener Webseiten angezeigt wird, egal welche der User öffnet, da die Werbeanzeige sozusagen mit dem Browser verbunden ist und nicht, wie aus dem Stand der Technik, mit der jeweiligen Webseite verbunden ist.

Stand der Technik im Zusammenhang mit der Darstellung von Werbeanzeigen ist jener, dass es derzeit es nicht möglich ist domainübergreifend und nach dem speziellen nutzerwünschen Werbung zu konsumieren oder zu schalten. Derzeit hat der Internetnutzer keine Möglichkeit die angezeigte Werbung zu beeinflussen, sondern ist er vielmehr dazu gezwungen, die auf seinem Gerät angezeigten Werbungen über sich ergehen zu lassen.

Die nunmehrige technische Innovation ist darin gelegen, dass der Internetnutzer domainunabhängig und zielgerichtet Werbemaßnahmen auf seinem Gerät (egal ob Handy, Tablet, Laptop oder Computer) darstellen lassen kann, da er relevante Einstellungen im Browser bezüglich der Werbeanzeigen selbst wählen kann.

Der Werbetreibende kann zielgerichtet domainübergreifend nun Werbemaßnahmen gegenüber dem Internetnutzer setzen und ist nicht wie bisher auf einzelne Webseiten oder Domains mit seiner Werbung beschränkt. Um eine große Abdeckung zu erreichen, musste damit der Werbetreibende auf vielen verschiedenen Plattformen, Domains, Webseiten seine Werbung schalten, was er nunmehr durch eine einzige Schaltung am Browser erledigen kann. So ist es erstmals möglich ein und dieselbe Werbung im Browser darzustellen und zu schalten, unabhängig davon welche Webseite oder Domain derzeit angezeigt oder aufgerufen wird .

Von Vorteil sind auch die Maßnahmen, bei der bei aufgefundenener Werbeanzeige ein seitlich zum Anzeigebereich angeordnete Werbebereich aufgeklappt wird und eine oder mehrere Werbeanzeigen im Werbebereich des Browsers geladen und dargestellt werden. Dadurch wird erreicht, dass der Werbebereich nicht durchgehend aufgeklappt sein muss, sondern nur dann, wenn für den Internet-User bzw. potentiellen Käufer relevante Werbeanzeigen verfügbar sind, diese in einem gesonderten Bereich bzw. Frame angezeigt werden. Ungenutzter Bildschirmraum kann somit vermieden werden. Zudem wird es ermöglicht, spezifische Einstellungen user- oder auch anbieterseitig bzw. käufer- und verkäuferseitig vorzunehmen, beispielsweise auch zu welcher Zeit vermehrt Werbeanzeigen im Browser aufgeklappt bzw. dargestellt werden sollen, zB nicht während der Arbeitszeit, weil man hier den vollständigen Bildschirmraum benötigt.

Vorteilhaft sind auch die Maßnahmen, bei der die Werbeanzeigen in Bezug auf die zuvor verwendeten Suchbegriffe, insbesondere Keywords, die bezahlte Anzahl an Schaltungen, das Datum, die besuchten Internetseiten, usw. zum Auffinden auf der Werbedatenbank gespeichert werden. Dadurch wird erreicht, dass die darzustellenden Werbeanzeigen optimal an das Nutzerverhalten oder Nutzerprofil des Internet-Users bzw. potentiellen Käufers und an das gewünschte Verkäuferprofil bzw. den investierten Werbeaufwand des Verkäufers abgestimmt werden können. Beispielsweise können aktuelle Suchbegriffe gegenüber länger zurückliegenden priorisiert werden, sodass dem User vor allem die aktuell für ihn relevanten Werbeanzeigen angezeigt werden. Zugleich können aber auch Werbeanzeigen von Verkäufern untereinander entsprechend dem getätigten Werbeaufwand durch Steuerung der Anzahl an Schaltungen priorisiert bzw. gerankt werden.

Durch eine Ausgestaltung, bei der im Werbebereich ein Button oder ein Code zum Bestätigen der Werbeanzeige angeordnet wird, wird in vorteilhafter Weise erreicht, dass verifiziert werden kann, ob der Internet-User die Werbung gesehen hat oder nicht. Damit können weitere Aktivitäten, wie beispielsweise ein dahinter laufendes Belohn-System, gesteuert werden.

Die Vorteile an einer Ausgestaltung, bei der beim Aufklappen des Werbebereichs der Anzeigebereich angepasst, insbesondere verkleinert, wird, liegen vor allem darin, dass neben dem Anzeigebereich, der nach wie vor die besuchte Webseite darstellt, ein eigener Werbebereich dargestellt werden kann, der insbesondere eine feste Größe bzw. Größenverhältnis des Bildschirms bzw. des ursprünglichen Anzeigebereichs einnimmt. Somit wird der Bildschirmraum optimal ausgenutzt, indem er – sofern keine Werbeanzeige vorliegt – vollständig genutzt werden kann und sich bei Vorliegen einer Werbeanzeige entsprechend verkleinert. Gleichzeitig wird die Aufmerksamkeit des Benutzers beim Aufklappen einer neuen Werbeanzeige stärker auf diese gelenkt.

Weiters ist auch eine Ausgestaltung von Vorteil, bei der im Browser ein Belohnungssystem für die Sichtung von Werbung eingesetzt wird, bei dem jedem User bei Anzeige bestimmter Werbungen ein entsprechender Beitrag der bezahlten Kosten für diese Werbeanzeige gutgeschrieben wird. Dadurch wird erreicht, dass die Werbung, die ansonsten oft als lästig empfunden wird, vom User positiv aufgenommen wird. Zudem wird erzielt, dass der User die Werbung bewusster wahrnimmt und/oder nicht nur angezeigte Werbung sieht, sondern auch verlinkte Werbungen, beispielsweise mit einem Bestätigungs-Botton, anklickt bzw. aufruft.

Von Vorteil ist auch, dass im Browser ein User-Konto angelegt und ausgewählt werden kann, welche Kategorien von Werbeanzeigen der User erhalten und/oder nicht erhalten möchte, da dadurch der Browser bzw. die Werbeanzeige noch individueller an den User angepasst werden kann. Auch können die Optionen für die Webseite, auf der man sich befindet, festgelegt werden. Beispielsweise kann der User damit also festlegen, dass Glücksspiel-Inhalte im Werbebereich nicht dargestellt wird und auch auf der Webseite, auf der man sich befindet, Pop-Up's unterdrückt werden etc. In Kombination mit zeitlichen Einstellungen kann so beispielsweise auch festgelegt werden, dass nachmittags im Werbebereich bevorzugt Lehrinhalte für Kinder angezeigt werden und abends uneingeschränkte Inhalte.

Durch eine Ausbildung, bei der im Browser ein weiterer Anzeigebereich für Werbeanzeigen angeordnet wird, insbesondere in Form eines Längsbalkens im unteren Bereich, in dem weitere Werbung, insbesondere sogenannte Impression

Ads, angezeigt wird, können in vorteilhafter Weise mehrere, insbesondere unterschiedliche Werbearten dargestellt werden. Beispielsweise können im Browser im Werbebereich am rechten Bildschirmrand aufklappbar konkrete Werbeanzeigen mit Bildern angezeigt werden, während am unteren Bildschirmrand in einer vergleichsweise schmalen Leiste Verlinkungen zu Werbungen dargestellt werden.

Vorteilhaft ist auch eine Ausgestaltung, bei der der Browser die Keywords und/oder den Content auf den Seiten, auf denen ein Nutzer surft, ausliest und die passende Werbeanzeige unabhängig davon, auf welcher Webseite man sich befindet, geschaltet wird. Dadurch wird erreicht, dass die im Werbebereich des Browsers dargestellten bzw. aufscheinenden Werbeanzeigen möglichst präzise entsprechend den Interessen des Internet-Users gesteuert werden können. Dadurch können dem User im Werbebereich des Browsers auch Produkte angezeigt werden, die der Webseitenbetreiber in seinem Shop nicht führt und erhält der User auch Informationen zu Produkten und Marken, die er bis dato nicht kennt.

Darüber hinaus ist auch eine Ausbildung von Vorteil, bei der der Browser Nutzerdaten des Users, insbesondere dessen Alter, Länderregion, Sprache, Surfverhalten, ausliest und mit Parametern bzw. Vorgaben, die bei den Werbeanzeigen hinterlegt sind, vergleicht und bei Übereinstimmung der Nutzerdaten mit den Parametern bzw. Vorgabewerten die Werbeanzeige im Browser darstellt. Dadurch wird eine noch bessere Anpassung an und Abstimmung der geschalteten Werbeanzeige auf den User erreicht. Beispielsweise kann verhindert werden, nicht jugendfreie Inhalte Jugendlichen angezeigt werden, wobei im Hinblick auf die einstellbare Länderregion auch den länderspezifischen Gesetzen (zB ab wann ein Jugendlicher als Erwachsener gilt) Rechnung getragen werden kann. Auch können Werbeanzeigen dadurch gesteuert werden, dass sie zu bestimmten Tageszeiten oder saisonalen Kriterien eingeblendet werden etc. Damit wird eine sehr tiefgreifende Steuerung und ein Abgleich zwischen den Vorgaben des Werbetreibenden und den Einstellungen des Users ermöglicht und kann damit die relevante Käuferschicht noch spezifischer angesprochen bzw. erreicht werden.

Die Erfindung betrifft weiters ein Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen in einer App, insbesondere einer Browser-App bzw. Encores-App, für elektronische

Medien, insbesondere Tablets, Handys, Laptops oder Computer, bei der eine hinterlegte Software bei Aktivierung aufgerufen wird.

Das erfindungsgemäße Verfahren ist dabei dadurch gekennzeichnet, dass in der App andere, am elektronischen Medium bzw. Gerät installierte Apps, insbesondere deren Link bzw. Symbole, hineingezogen bzw. mitaufgenommen werden. Dadurch können beispielsweise also andere Apps, die am Handy bereits installiert sind und somit vom User vorwiegend genutzt werden, wie zB Facebook, Instagram, YouTube, usw., in den Browser integriert oder mit diesem verlinkt und geöffnet werden. Damit kann der User, insbesondere bei der Nutzung eines Handy's mit eingeschränkter Bildschirmgröße, über die Encores-App sämtliche installierten Apps öffnen und muss nicht mehr zwischen den Einzelnen Bildschirmen hin und her blättern.

Vorteilhaft ist weiters eine Ausbildung, bei der beim Öffnen einer in die Browser-App bzw. Encores-App integrierten bzw. verlinkten App von der Encores-App in einer Werbedatenbank parallel nach hinterlegten Werbeanzeigen abgefragt wird, die in Zusammenhang mit definierten Kriterien, insbesondere Keywords, stehen, wobei bei einer hinterlegten und aufgefundenen Werbeanzeige diese Werbeanzeige auf einer eigenen Anzeigeseite der Encores-App, die geöffnet wird, angezeigt wird. Eingaben bzw. Keywords, die der User in Apps tätigt, die in die Browser-App eingebunden oder mit ihr verlinkt sind, werden also ausgelesen und können für die Darstellung user-spezifischer Werbeinhalte bzw. Werbeanzeigen in der Browser-App genutzt werden. Beispielsweise können in der Browser-App andere Apps, wie Facebook, Ebay, Youtube etc., geladen werden, und anhand der dort verwendeten Suchbegriffe in der Browser-App eine passende Werbeanzeige geschaltet werden, zB Suche in Ebay nach Modellflugzeugen und Anzeige von Werbeanzeigen für Modellflugzeuge, Drohnen und ferngesteuerte Autos.

Schließlich sind auch die Maßnahmen von Vorteil, bei der die Werbeanzeige domain-übergreifend und app-übergreifend und domain-unabhängig und abhängig Werbung im Browser angezeigt werden kann. Dadurch kann mit einer Werbeanzeige die unterschiedlichsten Geräte, wie Handy, Tablet, Laptop und Computer, erreicht werden.

Die Erfindung wird anhand der in den Zeichnungen dargestellten Ausführungsbeispiele näher erläutert.

Es zeigen:

- Fig. 1 ein erfindungsgemäßes Verfahrensschema eines Browsers, insbesondere dem „Encores-Browser“ in Verbindung mit dem Internet und einer Werbedatenbank, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 2 eine schematische Anzeige des Browsers auf einem Laptop, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 3 eine schematische Anzeige des Browsers gemäß Fig. 2 mit geöffnetem Werbeanzeigebereich und geschalteter Werbeanzeige, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 4 eine schematische Anzeige des Browsers gemäß Fig. 3 mit einem weiterem, insbesondere im unteren Bereich, angeordneten Werbebereich, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 5 eine schematische Anzeige des Browsers auf einem Computer, insbesondere Bildschirm des Computers, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 6 eine schematische Anzeige des Browsers gemäß Fig. 5 auf einem Computer, insbesondere Bildschirm des Computers, mit geöffnetem Werbeanzeigebereich und geschalteter Werbeanzeige, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 7 eine schematische Anzeige einer Browser-App, insbesondere einer „Encores-App“ auf einem Handy, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 8 eine schematische Anzeige der Browser-App gemäß Fig. 7 mit geöffnetem Werbebereich, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 9 eine schematische Anzeige der Browser-App gemäß Fig. 8 mit einem Bestätigungs-Button, in vereinfachter, schematischer Darstellung;
- Fig. 10 eine schematische Anzeige der Browser-App gemäß Fig. 8 mit einer Aktivierungstätigkeit, insbesondere einem Puzzle, in vereinfachter, schematischer Darstellung;

Fig. 11 eine schematische Anzeige des Browsers mit einer geöffneten Werbeanzeige und einer Push-Nachricht für eine weitere oder dieselbe Werbung, in vereinfachter, schematischer Darstellung;

Fig. 12 einen Ausführungsbeispiel für erfindungsgemäße Verfahrensschritte des Browsers, insbesondere dem „Encores-Browser“, in Verbindung mit dem Internet und einer Werbedatenbank, in vereinfachter, schematischer Darstellung;

Einführend sei festgehalten, dass in den unterschiedlichen Ausführungsformen gleiche Teile mit gleichen Bezugszeichen bzw. gleichen Bauteilbezeichnungen versehen werden, wobei die in der gesamten Beschreibung enthaltenen Offenbarungen sinngemäß auf gleiche Teile mit gleichen Bezugszeichen bzw. gleichen Bauteilbezeichnungen übertragen werden können. Auch sind die in der Beschreibung gewählten Lageangaben, wie z.B. oben, unten, seitlich usw. auf die beschriebene Figur bezogen und sind bei einer Lageänderung sinngemäß auf die neue Lage zu übertragen. Auch können Einzelmerkmale oder Merkmalskombinationen aus den gezeigten und beschriebenen Ausführungsbeispielen für sich eigenständige erfinderische Lösungen darstellen.

In den Fig. 1 bis 11, insbesondere in Fig. 1, ist ein Browser 1, insbesondere Webbrowser 1 bzw. „Encores“-Browser 1, dargestellt, der bzw. dessen Browser-Software auf einem elektronischen Medium 2, insbesondere einem Desktop oder Laptop 3 bzw. Computer 3, Tablet 4 oder Handy 5, installiert wird. Beim elektronischen Medium 2 kann es sich dabei um ein lokales oder aber auch um ein in ein Netzwerk bzw. Internet- und/oder Intranet 6 eingebundenes elektronisches Medium 2 handeln. Unter Browser 1 wird grundsätzlich die Nutzer- bzw. Bedienoberfläche der Browser-Software verstanden, die auf einem Display 7, insbesondere des elektronischen Mediums 2, dargestellt wird. Genauso kann unter Browser 1 aber auch die Browser-Software an sich verstanden werden.

Der Browser 1 bzw. die Browser-Software stellt die Benutzeroberfläche für Webanwendungen dar und ist mit dem Internet und/oder Intranet 6 verbunden. Darüber hinaus ist der Browser 1 bzw. die Browser-Software mit einer Datenbank 8,

insbesondere Werbeanzeige-Datenbank 8, verbunden, die ebenfalls an das Internet und/oder Intranet 6 angebunden ist.

Auf der Datenbank 8 sind/ist Medieninhalte bzw. Content 9, bevorzugt Werbeanzeigen 10, gespeichert, denen jeweils unterschiedlichste Kriterien 11 zugeordnet werden können, die vom Datenbankbetreiber und/oder vom Werbetreibenden festgelegt werden. Dabei können allgemeine Kriterien 11, die bevorzugt mehreren Werbeanzeigen 10 zugeordnet werden, und/oder spezifische Kriterien 11, die vorzugsweise den einzelnen Werbeanzeigen 10 zugewiesen werden, festgelegt werden. Derartige Kriterien 11 können beispielsweise Schlagwörter bzw. Keywords, Überschriften, Bildbeschreibungen, Meta-Descriptions, Domainnamen, IP-Adressen, Länderkriterien, Alter der Zielgruppe, Zeiten bzw. Zeitpunkte, etc. sein.

Der Browser 1 bzw. ein Darstellungsbereich 12 des Browsers 1, der im Vollbildmodus dem Darstellungsbereich des Displays 7 entspricht, weist einen Anzeigebereich 13 für die Darstellung von Webinhalten, insbesondere der Webseiten, auf dem sich der User befindet bzw. auf denen er surft, auf und einen oder mehrere Werbebereiche 14, die fix im Browser 1 verankert oder aber auch ein- und ausklapp- bzw. -blendbar angeordnet sein können. Bevorzugt wird aus User-Sicht im rechten Bereich des Browsers 1 jener Werbebereich 14 angeordnet, der ein- und ausklappbar bzw. -blendbar ausgebildet ist und im unteren Bereich des Browsers 1 der fest verankerte Werbebereich 14. Wie beschrieben, werden vorzugsweise mehrere Werbebereiche 14 angeordnet, in denen jeweils ein oder mehrere der Werbeanzeigen 10 geschaltet werden können. Genauso kann aber auch nur ein einziger Werbebereich 14 angeordnet sein oder aber die Anzeige der Werbebereiche 14 gänzlich ausgeschaltet werden.

Der Browser 1 kann nutzerspezifisch angepasst werden. Über eine Einstelloption 15, insbesondere eine Auswahlliste oder Auswahlbutton, können derartige und weitere Einstellungen bzw. Parameter zu den Nutzerdaten und dem Werbeverhalten des Browsers 1 vorgenommen bzw. festgelegt werden. Insbesondere sind Parameter wie Alter, Häufigkeit und Art der gewünschten Werbeanzeigen 10, Interessensgebiete des Users, nicht gewünschte Werbeinhalte, etc. festlegbar. Die in den

Einstelloptionen 15 festgelegten Nutzer-Kriterien steuern entweder den Browser 1 bzw. die Nutzer- bzw. Bedienoberfläche des Browsers 1 selbst und/oder dienen als zusätzliche Informationen bzw. Parameter um Werbeinhalte bzw. Werbeanzeigen 10 gezielter an den Nutzer anzupassen.

Parallel werden über das Surfverhalten des Nutzers des Browsers 1 bzw. des Users zusätzliche Daten ausgelesen und gespeichert, wie beispielsweise Schlagwörter bzw. Keywords, mit denen im Browser 1 in einem Suchfeld 16 gesucht wird, Überschriften, Bildbeschreibungen, Meta-Descriptions, Domainnamen und IP-Adressen von im Browser 1 gesuchten oder besuchten Webseiten, Länderkriterien, Zeiten bzw. Zeitpunkte zum Surfverhalten, aktuell aufgerufene Webseiten und deren Content etc.

Alle gesammelten Daten, insbesondere jene über das Surfverhalten des Users und/oder die Einstellungen in den Einstelloptionen 15, werden dabei in User-Profilen 17 gespeichert, sodass diese ausgewertet und/oder mit den Kriterien 11 des Anbieters, insbesondere Datenbankbetreibers und/oder der Werbetreibenden und/oder Verkäufers, verglichen werden können. Somit können Werbeanzeigen 10 in den Werbebereichen 14 angezeigt bzw. dargestellt werden, die den Interessen und aktuellen Bedürfnissen der User möglichst exakt entsprechen. Derartige User-Profile 17 können dabei auf einem lokalen und/oder externen Speicher 18 bzw. Datenträger gespeichert werden, insbesondere über Netzwerkanbindungen.

Anders als bisher aus dem Stand der Technik bekannt, wo auf einer Webseite 19 Werbung des Webseitenbetreibers angezeigt wird, zB Firmen-Webseiten 19 wie mercedes-benz.com, Shop-Webseiten 19 wie amazon.com oder Suchmaschinen-Webseiten 19, wie google.com oder bing.com, ist es nun erstmals möglich, Werbung direkt im Browser 1 unabhängig davon zu schalten, auf welcher Webseite 19 sich der User befindet, d.h., dass unabhängige Werbeanzeige im Browser angezeigt wird, jedoch die mit der aufgerufenen Webseite 19 gebunden Werbeanzeige ebenfalls angezeigt wird.

Die Webseite 19, auf der sich der User, insbesondere Internet-User, befindet bzw. ein Content 19a der Webseite 19, wird dabei im Anzeigebereich 13 dargestellt. Ist

kein Werbebereich 14 eingeblendet, entspricht der Anzeigebereich 13 im Wesentlichen dem Darstellungsbereich 12. Wird eine Werbeanzeige 10 angezeigt, also ein Werbebereich 14 dargestellt bzw. eingeblendet, so wird vorzugsweise der Anzeigebereich 13 angepasst, insbesondere verkleinert.

Im Werbebereich 14 können nun erstmals vom Webseitenbetreiber bzw. Firmen, Shops völlig losgelöste Werbeanzeigen 10 direkt im Browser 1 angezeigt werden. Des Weiteren werden im Browser 1 Nutzerdaten erfasst, vorzugsweise teils automatisch und teils durch den Benutzer, und wird dadurch ermöglicht, Werbeanzeigen 10 webseitenübergreifend zu steuern. Insbesondere können so Werbeanzeigen 20 auf den Webseiten 19 bei der Darstellung im Browser 1 im Anzeigebereich 13 unterdrückt bzw. blockiert werden und im Werbebereich 14 im Browser 1 nur relevante und gewünschte Werbeinhalte bzw. Werbeanzeigen 10 gemäß den Einstellungen im User-Profil 17 angezeigt werden. Zumal der Browser 1 bevorzugt neben den Suchbegriffen auch den zeitlichen Verlauf der Suchabfragen, das Ziel der Suchanfrage (Domain, IP-Adresse, Content 19a der besuchten Webseite 19 etc.) und auch persönliche Daten (zB Alter) und Wünsche (zB Interessensgebiete, beispielsweise Audio-Engineering) erfasst und im User-Profil 17 als Parameter speichert und diese Parameter werbe- bzw. anbieterseitig - d.h. insbesondere durch den Werbetreibenden bzw. Anbieter von Waren- und Dienstleistungen - auch der Werbeanzeige 10 zugewiesen werden bzw. werden können, wird eine effektive Angleichung zwischen dem geschaffenen, was angeboten bzw. beworben wird, und dem, was der Internet-User sehen will bzw. was ihn interessiert. Werbung sieht der User damit – und zwar unabhängig davon, auf welcher Webseite 19 er sich befindet bzw. surft – spezifisch nach seinen Interessen, zu Zeiten, die für ihn passen (zB nach der Arbeit) und ohne störende Inhalte (zB Glücksspiele).

Bevorzugt können im Browser 1 bzw. Darstellungsbereich 12 mehrere Werbebereiche 14 und/oder Werbeanzeigen 10 gleichzeitig eingeblendet bzw. dargestellt werden, beispielsweise in einem vom Rand des Darstellungsbereichs 12 des Browsers 1 eingerückten Bildschirmabschnitt 21, in Form eines Werbebalkens 22 am Bildschirmrand, als Werbeeinblendung, zB Push-Benachrichtigung, oder Login-Ad, also als groß- oder vollflächige Werbeanzeige 10 beim Öffnen bzw. Start des Browsers 1. Genauso können Werbebereiche und/oder Werbeanzeigen 10 nur

kurzfristig angezeigt und wieder ausgeblendet werden oder aber eine Aktion des Users erforderlich sein.

Die bevorzugte Ausgestaltung ist derart, dass am rechten Bildschirmrand im Darstellungsbereich 12 des Browsers 1, also insbesondere im Bildschirmabschnitt 21, ein Werbebereich 14 angeordnet wird, der horizontal vom Anzeigebereich 13 getrennt ist. Dieser Werbebereich 14 wird vorzugsweise beim Vorliegen einer passenden Werbung, also insbesondere einer Werbung, deren Profil bzw. Parameter mit dem User-Profil bzw. Parametern den Nutzers übereinstimmt, angezeigt bzw. eingeblendet oder ausgeklappt. Bevorzugt wird beim Anzeigen bzw. Ausklappen des Werbebereichs 14 der Anzeigebereich 13 für die Webseite 19 entsprechend verkleinert. Dabei kann gleichzeitig auch die angezeigte Webseite 19 verkleinert werden oder diese aber in der ursprünglichen Größe beibehalten werden oder aber diese Einstellung entsprechend der besuchten Webseite 19 automatisiert werden. In Kombination damit, dass auch die Position der Werbeanzeige 10 bzw. des Werbebereichs 14 festgelegt werden kann, können so unerwünschte Inhalte von bestimmten bzw. festgelegten Webseiten 19 auch mit der Werbeanzeige 10 bzw. dem Werbebereich 14 auch abgedeckt werden.

In diesem Werbebereich 10, der im rechten Abschnitt des Darstellungsbereichs 12 angeordnet wird, können bevorzugt Werbeanzeigen 10 mit größerem Platzbedarf, zB mit Bildern, und/oder PPC-Werbungen, also eine sogenannte Pay-Per-Click-Werbung, dargestellt werden.

Am unteren Bildschirmrand im Darstellungsbereich 12 des Browsers 1 wird der Werbebereich 14 vorzugsweise in Form des Werbebalkens 22 dargestellt, in dem bevorzugt wechselnde Einblendung kurzer Werbeanzeigen 10 und/oder Lauftexte und/oder Werbeverlinkungen angezeigt werden.

Es sei festgehalten, dass sämtliche Optionen einzelner beschriebener Werbeanzeigen 10 bzw. Werbebereiche 14, wie die Art des Erscheinens am Bildschirm, das zeitgesteuerte Ein- und Ausblenden oder aber händische Schließen einer Anzeige etc., auch auf andere Werbeanzeigen 10 bzw. Werbebereichen 14 übertragen werden können. Genauso ist es natürlich möglich, dass die

eingblendeten Werbeanzeigen 10 bzw. Werbebereiche 14 anders dimensioniert werden oder aber sich im selben Webfenster öffnen oder aber auch in einem neuen Webfenster des Browsers 1. Auch ist es möglich, dass Werbeanzeigen 10 bzw. Werbebereiche 14 im Darstellungsbereich 12 des Browsers 1 frei positioniert und dimensioniert werden, wobei die Position und Größe bevorzugt für unterschiedliche Webseiten 19 unterschiedlich festgelegt werden können.

Im Werbebereich 14 kann nicht nur Werbeanzeigen 10 dargestellt werden, sondern auch sonstige Informationen, wie Fachartikel, Messeinformationen, Tipps und Tricks, News-Feeds, etc., d.h. es können auch - ähnlich einer Zeitschrift - Informationen für den User in seinem Interessensgebiet angezeigt werden. Weiters können Prospekte zum Download dargestellt werden. Eine andere Möglichkeit besteht darin, dass dem User, entgeltlich bzw. gegen erworbenes Guthaben oder unentgeltlich, Wissen bzw. Lerninhalte im Werbebereich 14 in Form von Schulungen etc. vermittelt wird, zB auch Mathe- und Leseübungen für Kinder, oder aber Erinnerungen und Übungen im Interessenbereich des Users, zB Erinnerungen, etwas zu trinken, eine kurze Bewegungspause einzulegen, etc. Weiters können Rankings, Produktrezessionen, Warentests und dergleichen in den Werbebereich 14 und/oder zur jeweiligen Werbeanzeige 10 eingebunden werden. Diese Zusatzfunktionen können über die Einstellungen, insbesondere über das User-Profil, aktiviert bzw. deaktiviert werden.

Auch ist es möglich, dass im Werbebereich 14 dargestellte bzw. beworbene Waren und Dienstleistungen direkt über den Browser 1 bestellt und bezahlt werden können. Bevorzugt wird die Bestellung dabei an den Werbetreibenden bzw. Verkäufer weitergeleitet und die Ware und/oder Dienstleistung im Hintergrund vom Werbetreibenden bzw. Verkäufer direkt versandt. Genauso können Abonnements angeboten und abgeschlossen werden.

Weiters wird im Browser 1 bevorzugt ein Belohnungssystem vorgesehen. Dabei erhält der User bzw. Internet-Nutzer, insbesondere für jede bewusst wahrgenommene Werbeanzeige 10 und/oder je Prospekt-Download etc., eine Belohnung bzw. Entlohnung in Form von Geld und/oder Guthaben. Vorzugsweise erhält der User dabei einen Betrag oder Anteil der Kosten, die der Werbetreibende für die Einschaltung der Werbeanzeige 10 bezahlt hat. Beispielsweise bezahlt ein

Werbetreibender eine PPC Werbung, also eine Pay-Per-Click-Werbung und zahlt für jeden Klick auf eine Werbeanzeige 10 einen bestimmten Betrag und erhält jeder User, der die Werbeanzeige 10 anklickt und/oder bestätigt einen bestimmten Betrag bzw. Teilbetrag hiervon. Vorzugsweise wird für die Bestätigung durch den User ein eigener Code, insbesondere ein sogenannter Catpcha-Code, vorgesehen. Durch die Eingabe des Codes wird sichergestellt, dass der User die Werbeanzeige 10 auch gesehen hat. Weiters ist es möglich, dass zusätzlich oder anstatt des Codes eine inhaltliche Frage zur Werbeanzeige 10 gestellt wird, um sicherzustellen, dass der User die Werbeanzeige 10 auch gelesen hat, insbesondere durch Auswahl korrekten Antwort.

In Summe wird die Werbeanzeige 10, die mit Kriterien 11 versehen wird, die vorzugsweise durch den Werbetreibenden eingestellt werden können, dem User bzw. Internet-Nutzer oder -Surfer dann angezeigt, wenn sie den Parametern im User-Profil entspricht, d.h. die Werbeanzeige 10 sieht der User, der sie auch sehen will und somit die entsprechenden Parameter in seinem Einstelloptionen 15 festgelegt hat und vorzugsweise dann, wenn der Werbetreibende sie dem User anzeigen will, wobei letztlich der User dafür belohnt wird, jene Werbeanzeige 10 zu lesen, die ihn auch interessiert und der Werbetreibende nur dann bezahlt, wenn seine Werbeanzeige 10 auch von der gewünschten Zielgruppe gelesen wurde.

Die Entlohnung bzw. Belohnung des Users dafür, dass ihm Werbeanzeigen 10 im Werbebereich 14 angezeigt werden, kann dabei als Anteil der Werbekosten und/oder je Klick und/oder bei bloßer Anzeige als Impression Ad, im Werbebereich 14 oder als Push-Benachrichtigung oder als Login-Ad festgelegt werden. Zumeist werden unterschiedliche Werbebereiche 14 im Browser 1 angeordnet und mit unterschiedlichen Optionen bzw. Belohnungsmodellen festgelegt. Dem User obliegt es selbst, welche Werbebereiche 14 bzw. Werbeanzeigen 10 er sehen will und/oder wann er sie sehen will, und wird durch Gutscheifen belohnt, je mehr Werbeanzeigen 10 er sich anzeigen lässt bzw. bestätigt bzw. aktiv wahrnimmt. Bevorzugt wird dem User sein aktuelles Guthaben im Browser 1 angezeigt hat der User die Möglichkeit, sich dieses auszahlen zu lassen und/oder, vorzugsweise mittels Gutschein-Code, bei Käufen und/oder für eigene Werbeanzeigen 10 im Browser 1 einzulösen.

Auch ist es möglich, dass bei Werbeanzeigen 10 als Kriterium festgelegt wird, wie häufig diese dem User angezeigt wird, also ob die Werbeanzeige 10 dem gleichen User nur einmalig angezeigt wird oder aber häufiger, insbesondere mit Parametern, wie Häufigkeit und/oder Zeitraum und/oder Tageszeit und/oder Abständen etc. der Werbeanzeige 10 an den selben User.

Der Werbetreibende wiederum hat die Möglichkeit, sich Auswertungen und Statistiken anzeigen zu lassen, insbesondere über erreichte User, Alter, Land, direkt getätigte Käufe, usw. und Erfolg unterschiedlicher Werbestrategien. User bzw. potentielle Käufer können damit effektiv angesprochen werden, wobei messbare Erfolgskontrollen angeordnet sind, die ein laufendes Verbessern der Werbemaßnahmen ermöglichen. Weiters können, insbesondere automatisiert, Informationsmechanismen und/oder Warnmechanismen vorgesehen werden, die den Werbetreibenden über Verbesserungen seiner Werbestrategie informieren und/oder vergebliche Werbestrategien informieren. Hierzu können beispielsweise Kriterien bzw. Parameter oder Kennzahlen festgelegt werden, anhand derer der Werbetreibende entsprechende Informations- bzw. Warnmeldungen erhält, zB wenn bei 1000 mittels Code bestätigten Werbeanzeigen 10 kein einziger Kauf im Browser 1 erfolgte. Der Werbetreibende legt diesfalls in den Einstellungen bzw. Kriterien 11 der Werbeanzeige 10 Messgrößen fest, über deren Erfüllung oder Nicht-Erfüllung er informiert werden möchte, bevorzugt auf elektronischem Wege, wie per Email oder über sein Werbekonto.

Eine derart gezieltes Ansteuern durch Werbeanzeigen 10 und Auswertung war bisher nur über teure Werbeprofis möglich, und bei weitem nicht in dem Maße transparent. Zudem ist es durch das Belohnungssystem erstmals möglich, dass mit Werbeanzeigen 10 ein positives Gefühl vermittelt wird und auch webseitenübergreifend auf einfache Weise Werbeanzeigen 10 geschaltet und Auswertungen durchgeführt werden können.

Speziell sind in den Figuren 2 bis 11 die unterschiedlichsten Anwendungen und Darstellungsmöglichkeiten des Encores-Browser 1 gezeigt. Dabei zeigt die Fig. 2 bis 4 den Browser 1 auf einem Laptop 3 nach dem Öffnen des Encores-Browser 1, wobei in Fig. 1 noch keinerlei Werbeanzeigen 10 angezeigt werden und in Fig. 3 der

Encores-Browser 1 mit aufgeklappten Werbebereich 14 und darin dargestellter Werbeanzeige 10 abgebildet ist. In Fig. 4 ist ein Ausführungsbeispiel mit einem weiteren Werbebereich in Form einer Werbeleiste/Werbepalken 22 dargestellt, die üblicherweise über die gesamte Nutzungsdauer des Encores-Browsers 1 angezeigt wird, sich jedoch die darin angezeigte Werbeanzeige aufgrund unterschiedlicher Einstellungen automatisch ändert. Diese Werbeanzeigen in der Werbeleiste werden vorzugsweise unabhängig der verwendeten bzw. ermittelten Kriterien und/oder Contents geschaltet.

Weiters ist in Fig. 5 und 6 eine Darstellung des Encores-Browsers 1 auf einem Computer, insbesondere dessen Display 7, gezeigt. Dabei ist wiederum in Fig. 5 der Encores-Browser 1 nach dem Öffnen der Software bzw. App dargestellt, bei der noch keine Werbeanzeigen 10 angezeigt werden, wogegen in Fig. 6 der Werbebereich 14 mit einer darin angezeigten Werbeanzeige 10 dargestellt. Eine weitere Besonderheit der Darstellung liegt darin, dass in Fig. 5 die Anzeigeseite von „Amazon“ mit dem Suchergebnis für „Laptops“ als Beispiel dargestellt ist und in Fig. 6 eine geschaltete Werbeanzeige 10 eines Konkurrenten, beispielsweise der Firma „Conrad“ dem User aufgrund seiner Suche nach „Laptops“ angezeigt wird. Somit ist ersichtlich, dass unabhängig der aufgerufenen Webseite, die üblicherweise ihre eigenen Werbungen auf deren Webseite anzeigen wollen, auch Konkurrenzangebote bzw. Werbeanzeigen, die mit dem Browser 1 verbunden sind, angezeigt werden. Der User hat somit den Vorteil, dass ihm entsprechende Angebote auch von anderen Anbietern angezeigt werden und er somit die billigste Variante auswählen kann.

In den Figuren 7 bis 10 ist nunmehr der Encores-Browser 1 in Form einer Encores-App 1a auf dem Handy 5 gezeigt. Dabei ist in Fig. 7 die Encores-App 1a ersichtlich, dass Symbole 23 für am Handy 5 installierte Apps, wie beispielsweise Facebook 24 oder Chrom 25, usw. In der Encores-App 1a integriert sind, die über den Encores-App 1a geöffnet werden kann. Hierzu muss von User lediglich die entsprechende App angeklickt werden, sodass automatisch die entsprechende App geöffnet wird. In Fig. 1 ist beispielsweise eine Werbeanzeige 10, die als Vollbild angezeigt wird, dargestellt, wobei hierbei auch nur ein Teilbereich der Handyanzeige genutzt werden kann.

Vorzugsweise sind die dargestellten Werbeanzeigen 10 in den einzelnen Figuren mit entsprechenden Webseiten verlinkt, sodass durch Anklicken der Werbung diese Werbeseite im Anzeigebereich 13 des Browsers 1 oder durch einen weiteren Browser 1 angezeigt werden. Grundsätzlich ist zu erwähnen, dass der Encores-Browser 2 mehrmals auf einem Medium parallel geöffnet und betrieben werden kann. In Fig. 9 ist die Werbeanzeige 10 mit einem Bestätigungsbooten bzw. Bestätigungsfeld versehen, auf das der User klicken muss, um eine Belohnung für die Sichtung seiner Werbeanzeige 10 zu bekommen. Auch ist es möglich andere Formen für die bewusste Wahrnehmung der Werbeanzeige 10 zu integrieren, wie dies in Fig. 10 durch ein Puzzle gezeigt ist, welches der User vervollständigen muss.

Fig. 11 zeigt hingegen eine Ausbildung, bei der eine sogenannten Push-Nachricht 26 dargestellt ist. Diese kann anstelle oder auch zusätzlich zum Werbebereich 13 verwendet werden.

In Fig. 12 ist ein Ausführungsbeispiel eines erfindungsgemäßen Verfahrensablaufs des Browsers 1 und/oder der Browser-App 1a gezeigt. Dabei erteilt der User des Browsers 1 bzw. der Browser-App 1a eine Start-Anweisung 27, bevorzugt durch Klicken auf einen Start-Button oder Sprachanweisung, und wird der Browser 1 aufgerufen bzw. gestartet und am Display 7 des elektronischen Mediums 2 dargestellt bzw. angezeigt. Dem Browser 1 wird das User-Profil 17 zugeordnet, in dem der Nutzer Einstelloptionen 15 vornehmen kann, indem bevorzugt unterschiedlichste personenbezogene und/oder nutzerspezifische und/oder werbespezifische Daten bzw. Parameter eingegeben werden. Durch den User können einerseits also Parameter im User-Profil 17 gewählt bzw. eingestellt werden und andererseits können durch den User Suchanfragen 28, bevorzugt in einem dafür vorgesehenen Suchfeld 16 (nicht dargestellt), im Internet und/oder Intranet 6 durchgeführt werden. Die Suchanfrage 28 kann beispielsweise nach Domains, IP-Adressen, Suchbegriffen bzw. Keywords etc. erfolgen und können dem User entweder Webseiten 19 mit Content 19a und/oder Suchergebnisse 29 im Display 7 des Browsers 1 angezeigt werden. Bei Auswahl eines Suchergebnisses 29 wird die entsprechend verlinkte Webseite 19 ausgewählt.

Die Daten im User-Profil 17 und/oder Suchanfragen 28 und/oder der Webseiten 19 bzw. deren Content 19a werden mittels Analyse 30 ausgewertet. Dabei werden die Kriterien 11 der Werbeanzeigen 10, die mit der Datenbank 8 verlinkt sind, mit Ergebnissen der Analyse 30 vergleichen und bei einer Übereinstimmung 31 der Parameter der Analyse 30 bzw. des User-Profiles 17 und/oder eingegebenen Suchanfrage 28 und/oder der dargestellten Webseite 19 bzw. Contents 19a, mit den Kriterien 11 der Werbeanzeige 10 geöffnet bzw. am Display 7 des Browsers 1 dargestellt.

Bei Übereinstimmung bzw. einen Treffer der auf der Datenbank 8 hinterlegten Werbeanzeigen 10 bzw. deren Kriterien 11 mit den in der Analyse 30 zusammengeführten Daten bzw. Parametern des Users, insbesondere dessen Vorgabewerten und Suchverhalten, werden im Browser 1 somit die Werbeanzeigen 10 dargestellt. Diese werden, wie bereits beschrieben, bevorzugt in einem eigenen Werbebereich 14 dargestellt. Genauso ist es aber auch möglich, dass vom User – wie strichliert bei der Suchanfrage 28 dargestellt – direkt in der Datenbank 8 bzw. Werbedatenbank nach hinterlegten Werbeanzeigen abgefragt bzw. gesucht wird.

Stimmen mehrere Werbeanzeigen 10 bzw. deren Kriterien 11 überein, so können die passenden Werbeanzeigen 10 zeitlich versetzt hintereinander angezeigt werden. Bevorzugt erfolgt die Häufigkeit, Dauer und Zeit der Anzeige abhängig vom investierten Werbebudget des Werbetreibenden.

Abschließend besteht die Möglichkeit, dass in einer Auswahl 32 entschieden wird, ob der Browser 1 durch Auslösen einer Beendungs-Funktion 33 beendet bzw. geschlossen oder aber – wie strichliert dargestellt – eine andere Webseite 19 oder Unter-Webseite 19 aufgerufen oder eine neue Suchanfrage 28 gestartet bzw. neue Keywords eingegeben werden und/oder die Einstellungen 15 im User-Profil 17 geändert werden. Bevorzugt werden durch alle Änderungen, sei es personenbezogen oder im Suchverhalten, insbesondere Klicken bzw. Eingabe anderer Webseiten 19 oder Domains, Eingabe neuer oder weiterer Keywords in die Suchanfragen 28, Änderungen von Parametern im User-Profil 17 etc. die Analysen 30 bzw. die Prüfung der Parameter bzw. Kriterien 11 der Werbeanzeigen 10 auf Übereinstimmung mit den aus den Suchabfragen 28, User-Profil 17 und

aufgerufenen Webseiten 19 bzw. dort dargestellten Content 19a gewonnenen Informationen bzw. Parametern neu durchgeführt und Werbeanzeigen 10 ausgegeben bzw. am Display 7 des Browsers 1 bzw. der Browser-App 1a angezeigt. Bevorzugt kann der Browser 1 bzw. die Browser-App 1a mit einer Merk- bzw. Lernfunktion versehen sein. Dies kann insbesondere dadurch erreicht werden, dass die unterschiedlichen Eingaben im Suchfeld 16 bzw. die Suchanfragen 28 und/oder die Einstellungen 15 bzw. Parameter im User-Profil 17 und/oder die aufgerufenen Webseiten 19 bzw. deren Content 19a im zeitlichen Verlauf abgespeichert werden. Diese können somit für eine intelligente Auswertung bzw. erweiterte Kriterien 11 der Werbeanzeigen 10 bzw. erweiterte Parametereingabe des Werbetreibenden herangezogen werden. Genauso können damit Verhaltensmuster von Usern identifiziert und ausgewertet werden.

Der Ordnung halber wird darauf hingewiesen, dass die Erfindung nicht auf die dargestellten Ausführungsvarianten beschränkt ist, sondern auch weitere Ausbildungen beinhalten kann. Insbesondere können die Ausführungsvarianten oder einzelne Merkmale der Ausführungsvarianten auch untereinander kombiniert werden.

Patentansprüche:

1. Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen (10, 20) in einem Browser (1), insbesondere „Encores-Browser“, bei dem vorzugsweise auf einem elektronischen Medium (2), insbesondere Computer (3), Laptop, Tablet (4) oder Handy (5), eine Software oder App des Browser (1) installiert wird und der Browser (1) auf einem Bildschirm bzw. Display (7) bei Aktivieren der Software oder App angezeigt wird, wobei über den Browser (1) im Internet und/oder Intranet (6) nach sogenanntem Content (19a), insbesondere Keywords, Überschriften, Bildbeschreibungen, Meta descriptions, IP-Adressen usw., recherchiert wird und die Ergebnisse in einem Anzeigebereich (13) des Browser (1) angezeigt bzw. aufgelistet werden, wobei am Browser (1) oberhalb des Anzeigebereiches (13) eine Funktionsleiste mit einem Eingabefeld, insbesondere für Suchwörter, Links, IP-Adressen, usw., angezeigt wird, dadurch gekennzeichnet, dass beim Start einer Suchabfrage oder Aktivieren eines Ergebnisses im Anzeigebereich (13) oder beim direkten Aufruf einer Internetseite vom Browser (1) auf einer Datenbank (8), insbesondere Werbedatenbank, parallel nach hinterlegten Werbeanzeigen (10), die in Zusammenhang mit definierten Kriterien (11) und/oder dem Content (19a) stehen, abgefragt wird, wobei bei einer hinterlegten und gefundenen Werbeanzeige (10) diese Werbeanzeige (10) unabhängig oder abhängig von der aufgerufenen Internet- bzw. Webseite (19) im Browser (1) angezeigt wird.
2. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass bei aufgefundener Werbeanzeige (10) ein seitlich zum Anzeigebereich (13) angeordnete Werbebereich (14) aufgeklappt wird und eine oder mehrere Werbeanzeigen (10) im Werbebereich (14) des Browsers (1) geladen und dargestellt werden.
3. Verfahren nach Anspruch 1 oder 2, dadurch gekennzeichnet, dass die Werbeanzeigen (10) in Bezug auf die zuvor verwendeten Suchbegriffe, insbesondere Keywords, die bezahlte Anzahl an Schaltungen, das Datum, die besuchten Internet- bzw. Webseiten (19), usw. zum Auffinden auf der Datenbank (8) bzw. Werbedatenbank gespeichert

werden.

4. Verfahren nach einem der vorhergehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass im Werbebereich (14) ein Button oder ein Code zum Bestätigen der Werbeanzeige (10) angeordnet wird.
5. Verfahren nach einem der vorhergehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass beim Aufklappen des Werbebereichs (14) der Anzeigebereich (13) angepasst, insbesondere verkleinert wird.
6. Verfahren nach einem der vorhergehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass im Browser (1) ein Belohnungssystem für die Sichtung von Werbung eingesetzt wird, bei dem jedem User bei Anzeige bestimmter Werbungen bzw. Werbeanzeigen (10) ein entsprechender Beitrag der bezahlten Kosten für diese Werbeanzeige (10) gutgeschrieben wird.
7. Verfahren nach einem der vorhergehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass im Browser (1) ein User-Konto angelegt und über Einstelloptionen (15) ausgewählt werden kann, welche Kategorien von Werbeanzeigen (10) der User erhalten und/oder nicht erhalten möchte.
8. Verfahren nach einem der vorhergehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass im Browser (1) ein weiterer Werbebereich (14) für Werbeanzeigen angeordnet wird, insbesondere in Form eines Längsbalkens im unteren Bereich, in dem weitere Werbung, insbesondere sogenannte Impression Ads, angezeigt wird.
9. Verfahren nach einem der vorhergehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass der Browser (1) die Keywords und/oder den Content (19a) auf den Webseiten (19), auf denen ein Nutzer surft, ausliest und die passende Werbeanzeige (10) unabhängig oder abhängig davon, auf welcher Webseite (19) man sich befindet, geschaltet wird.

10. Verfahren nach einem der vorhergehenden Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, dass der Browser (1) Nutzerdaten des Users, insbesondere dessen Alter, Länderregion, Sprache, Surfverhalten, ausliest, diese in User-Profilen (17) hinterlegt bzw. speichert und mit Parametern bzw. Kriterien (11), die bei den Werbeanzeigen (10) hinterlegt sind, vergleicht und bei Übereinstimmung der Parameter bzw. Nutzerdaten im User-Profil (17) mit den Parametern bzw. Kriterien (11) der Werbeanzeige (10) die Werbeanzeige (10) im Browser (1) darstellt.
11. Verfahren zum Darstellen von Werbeanzeigen (10) in einer App (1a), insbesondere einer Browser-App (1a) bzw. Encores-App (1a), für elektronische Medien (2), insbesondere Tablets (4), Handys (5), Laptops oder Computer (3), bei der eine hinterlegte Software bei Aktivierung aufgerufen wird, dadurch gekennzeichnet, dass in der App (1a) andere am elektronischen Medium (2) bzw. Gerät installierte Apps, insbesondere deren Link bzw. Symbole (23), hineingezogen bzw. mitaufgenommen werden.
12. Verfahren nach Anspruch 11, dadurch gekennzeichnet, dass beim Öffnen einer in die Browser-App (1a) bzw. Encores-App (1a) integrierten bzw. verlinkten App von der Encores-App (1a) in einer Werbe-Datenbank (8) parallel nach hinterlegten Werbeanzeigen (10) abgefragt wird, die in Zusammenhang mit definierten Kriterien (11), insbesondere Keywords, stehen, wobei bei einer hinterlegten und aufgefundenen Werbeanzeige (10) diese Werbeanzeige (10) auf einer eigenen Anzeigeseite der Encores-App (1a), die geöffnet wird, angezeigt wird.
13. Verfahren nach Anspruch, dadurch gekennzeichnet, dass die Werbeanzeige (10) domain-übergreifend und app-übergreifend und domain-unabhängig und abhängig Werbung im Browser angezeigt werden kann.

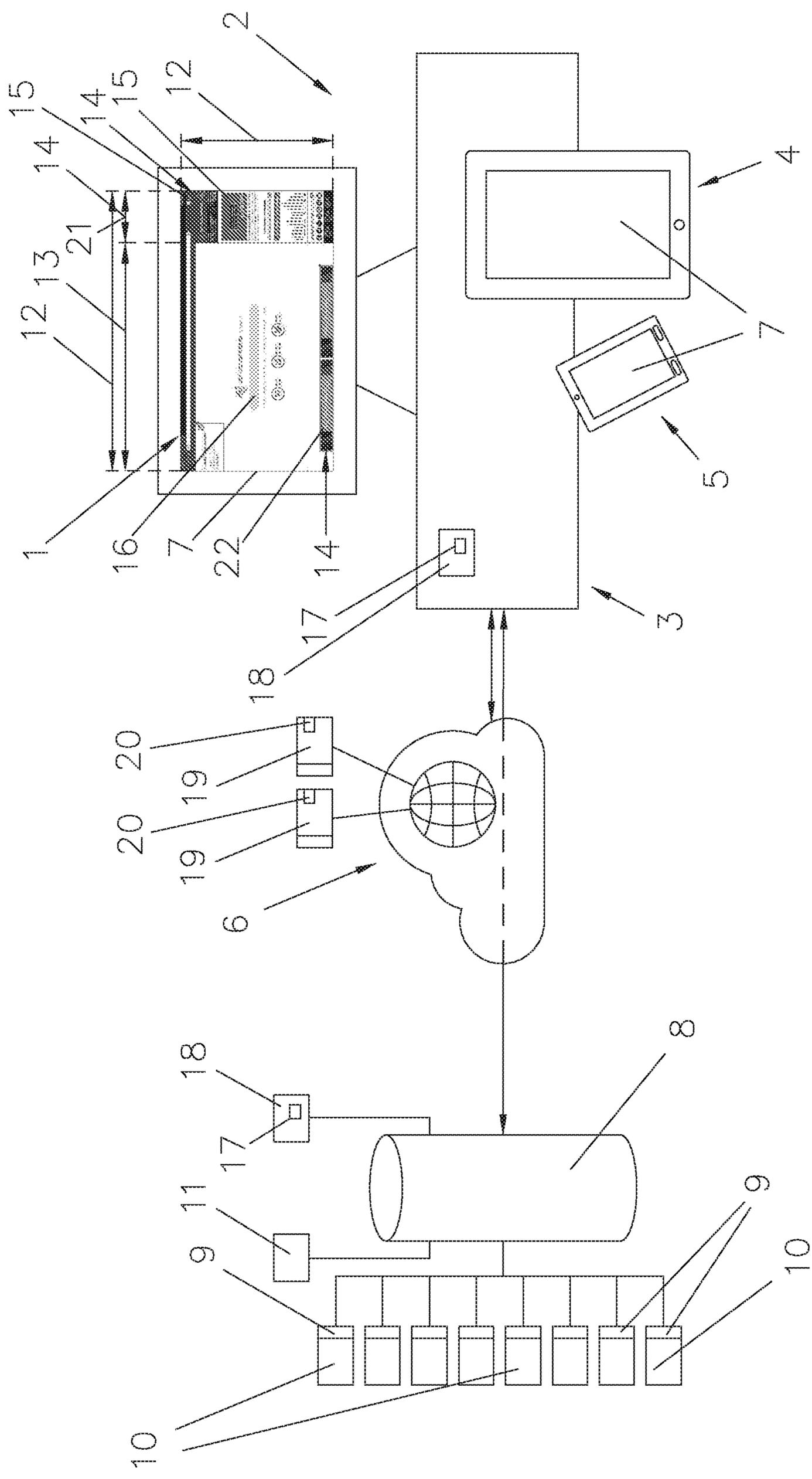


Fig.1

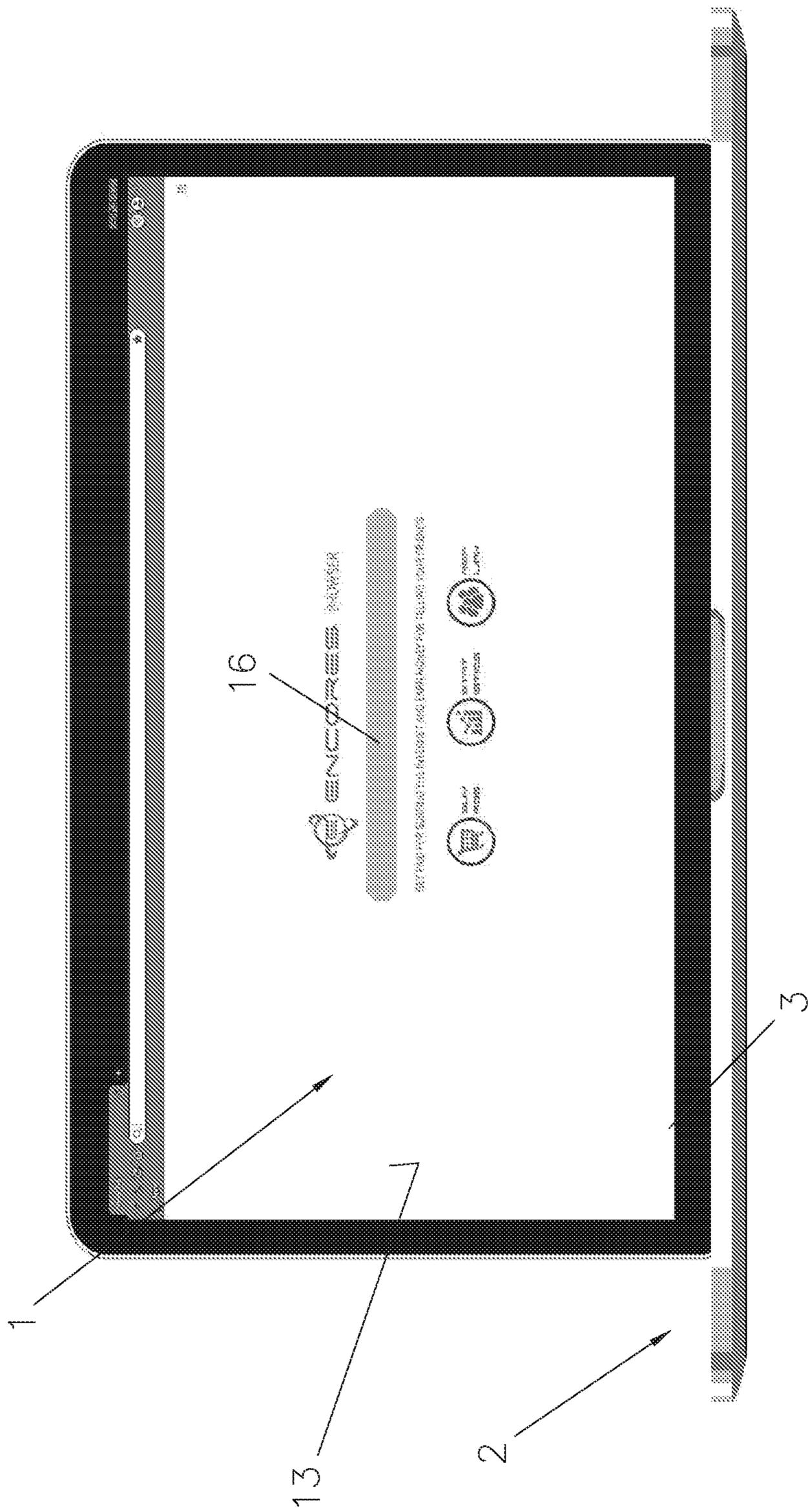


Fig. 2

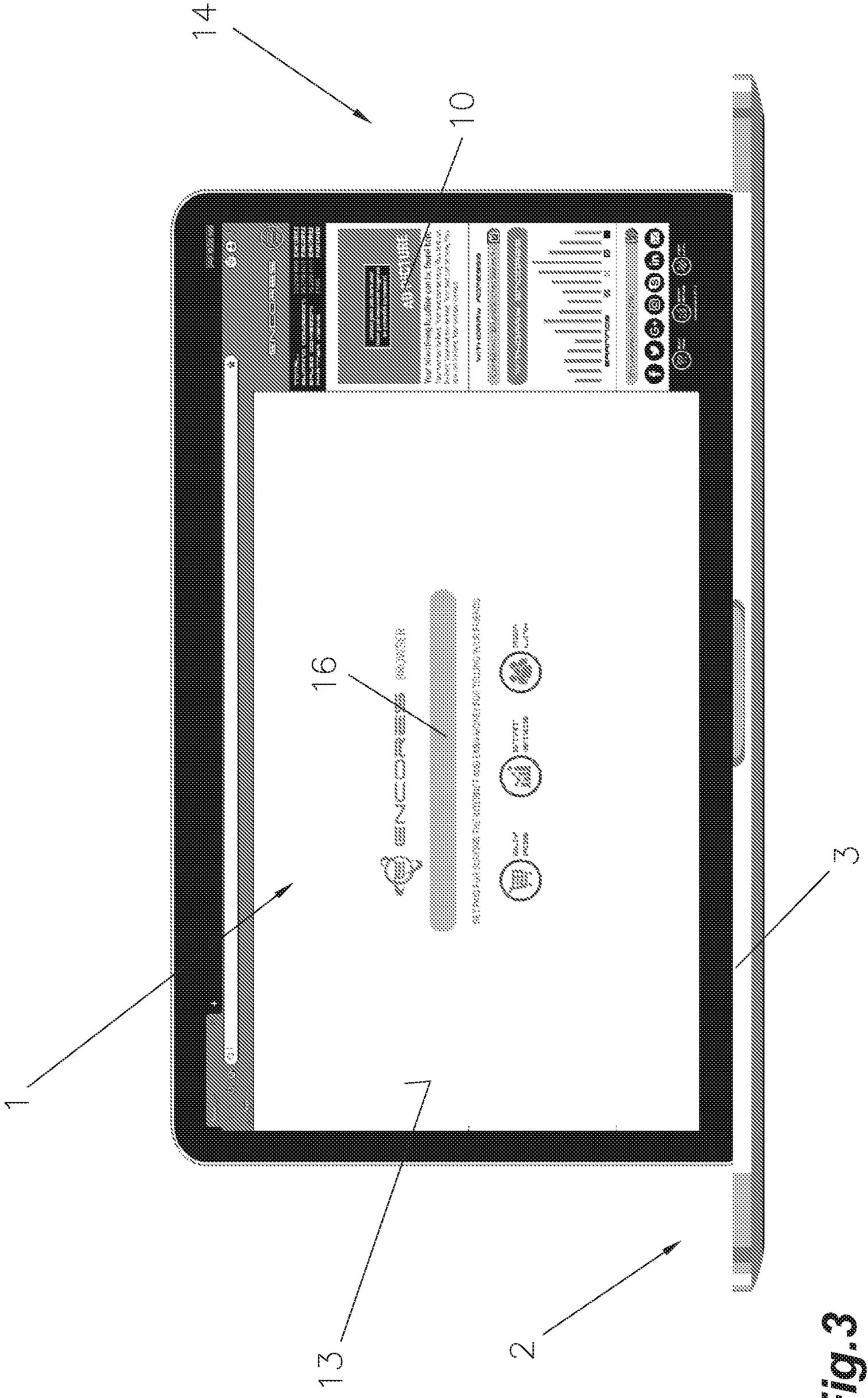
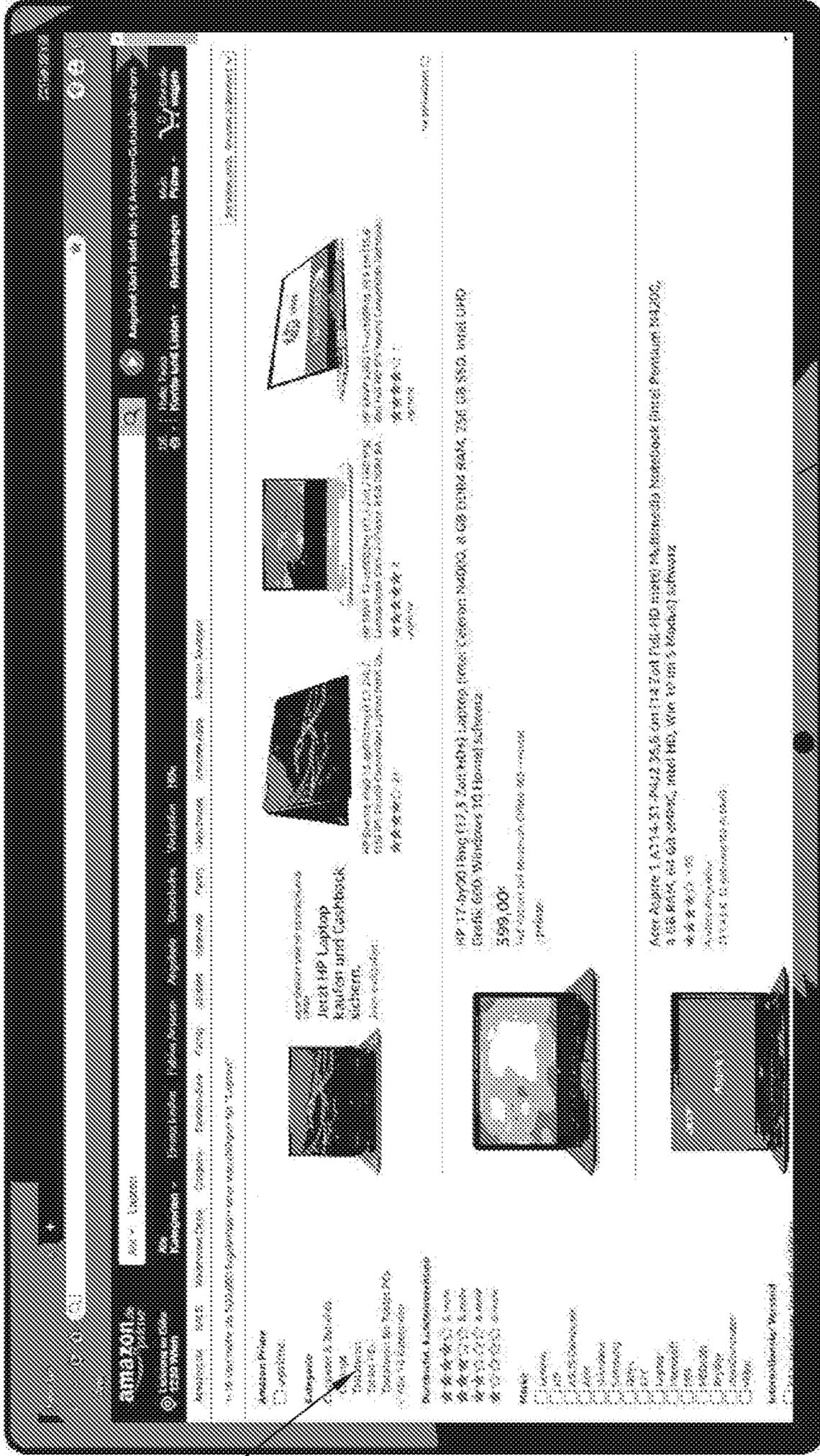


Fig. 3



2

Fig. 5

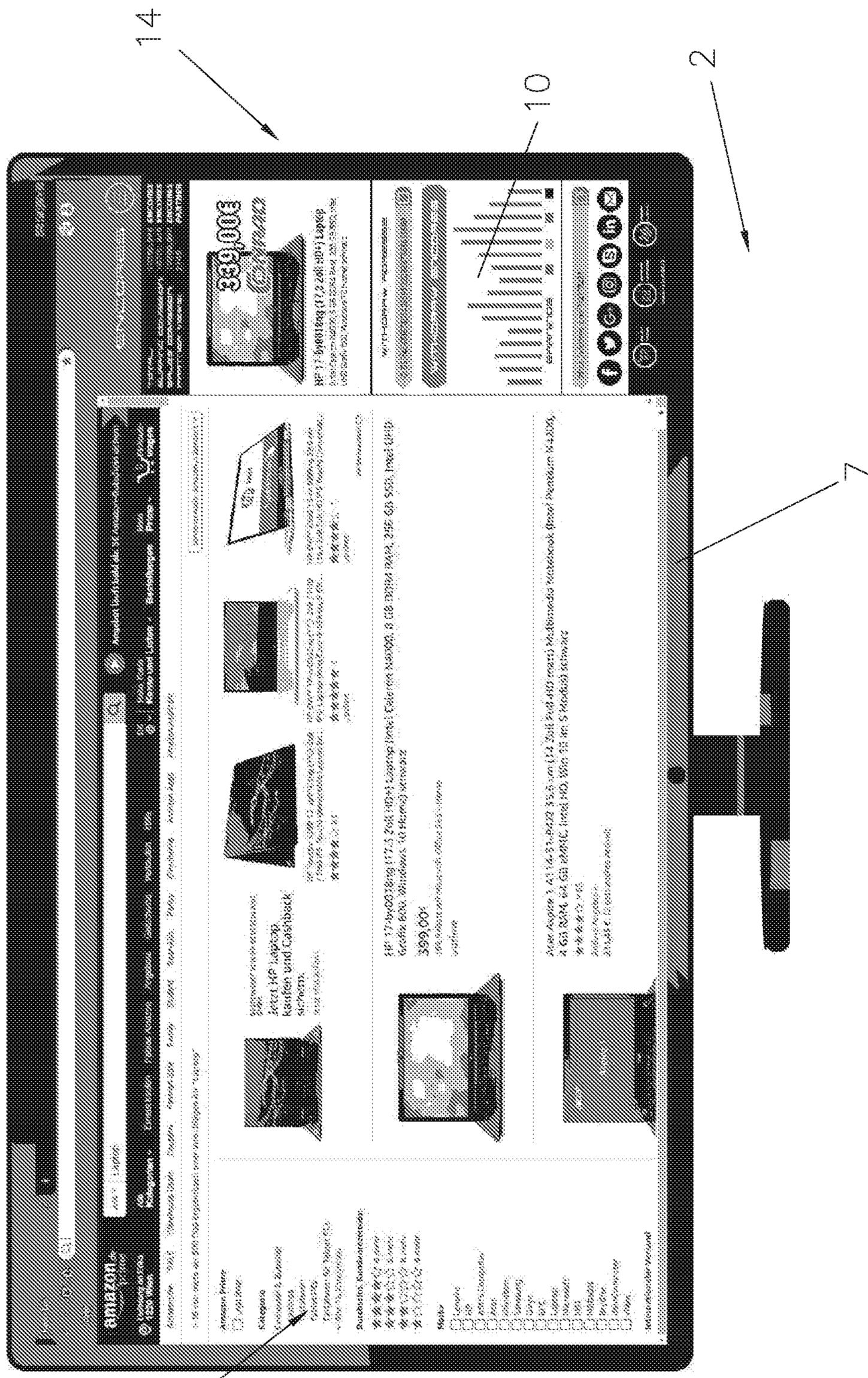
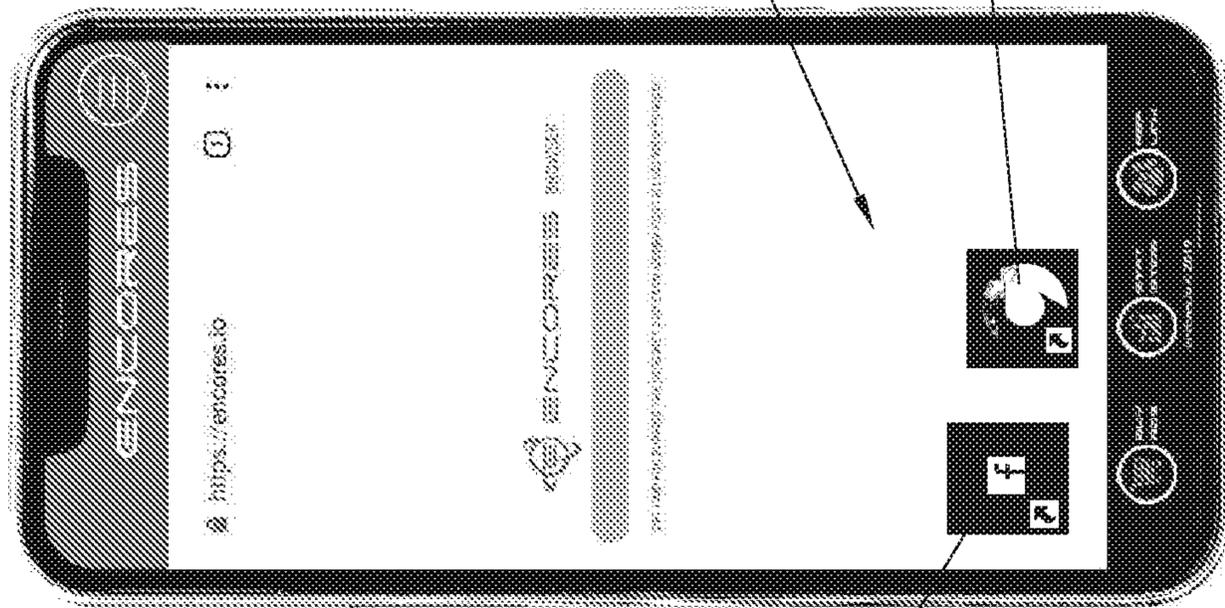


Fig. 6

1a



24

23

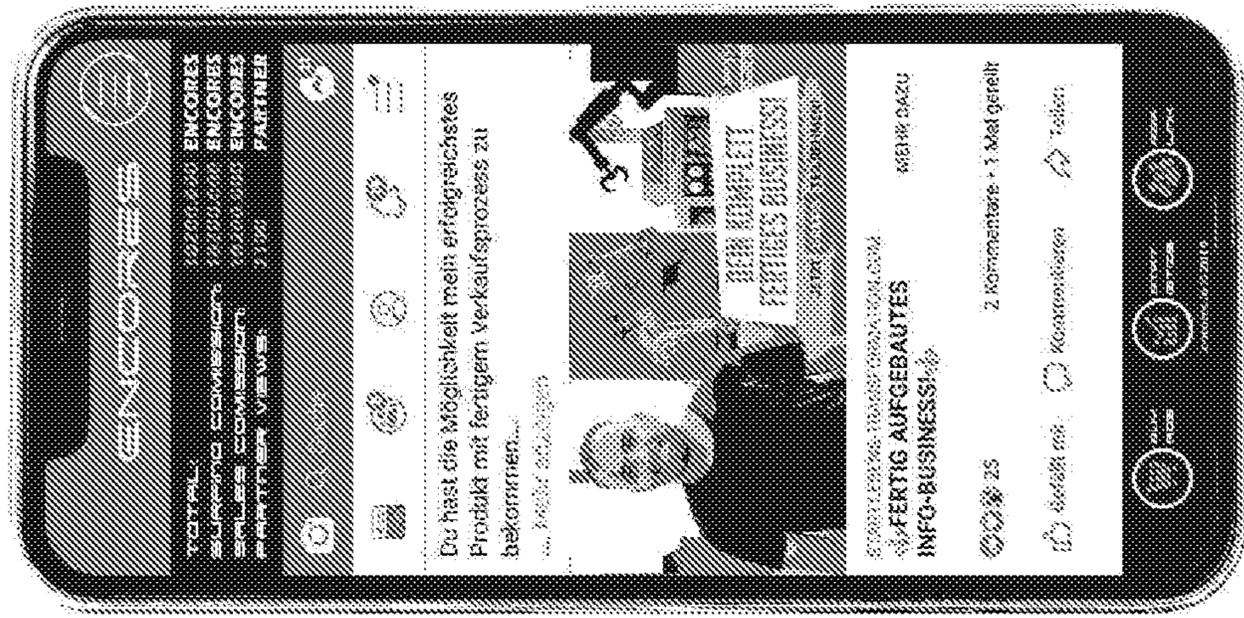
25

Fig.7

5

Fig.8

1a



5

1a
Fig.10



1a

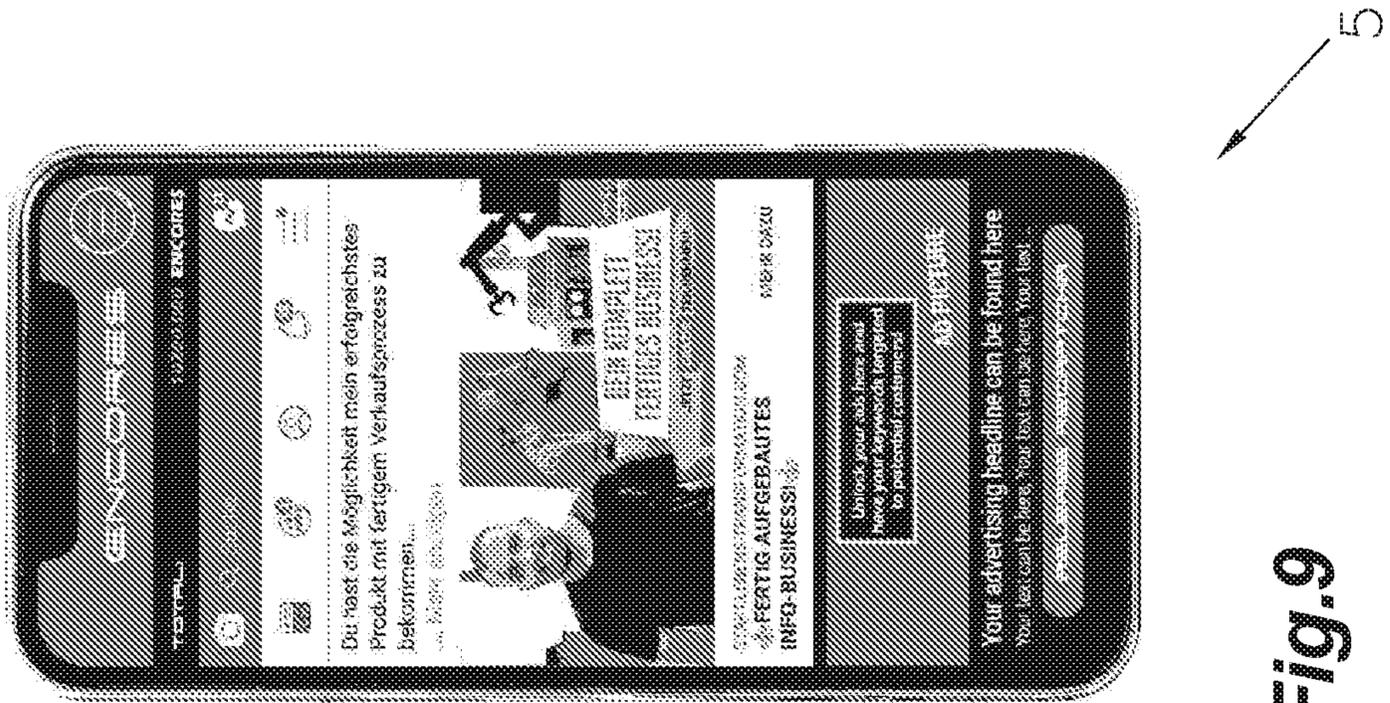


Fig.9

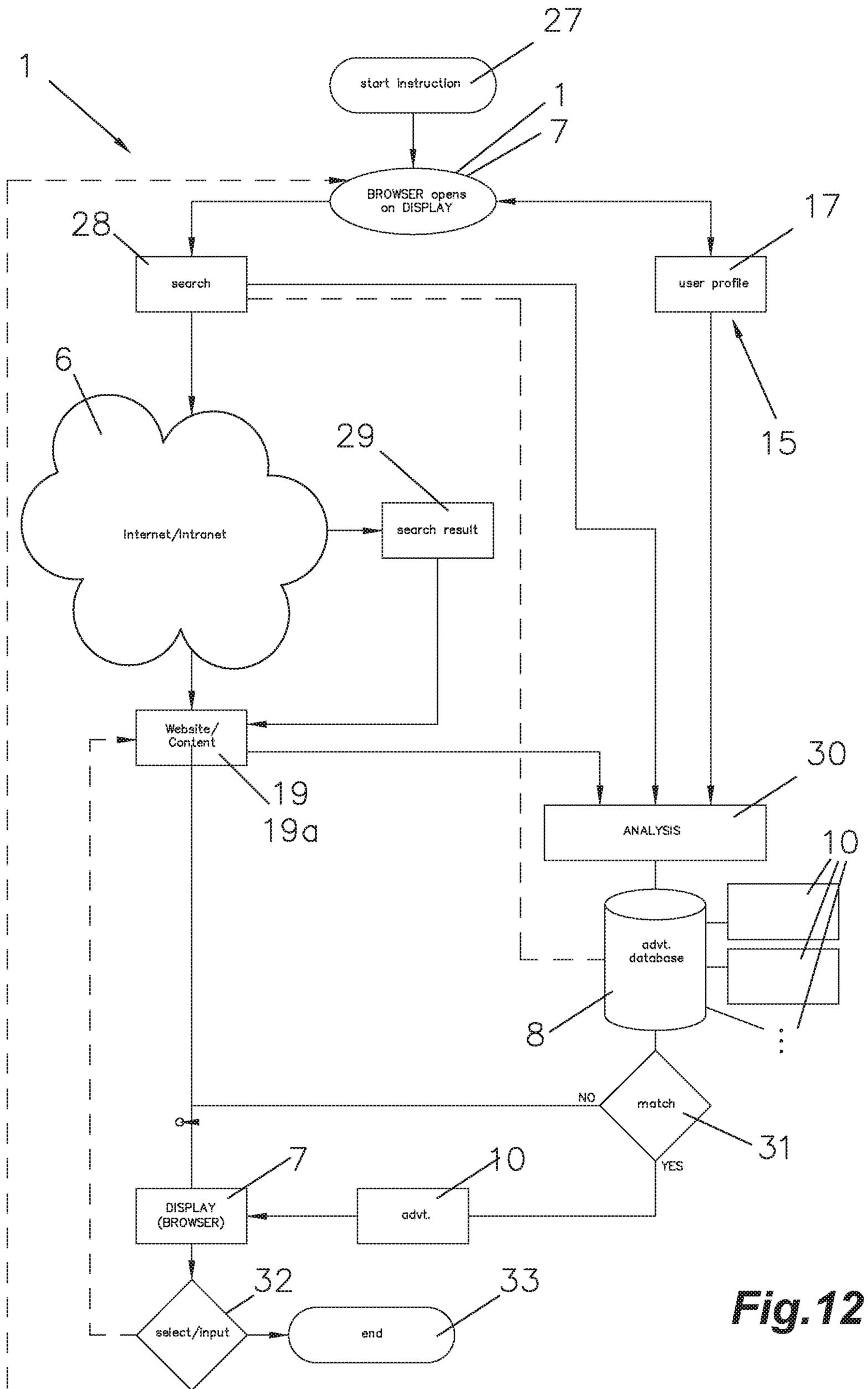


Fig.12

1a



10

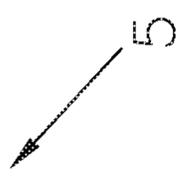


Fig. 13