

(19)



Europäisches Patentamt
European Patent Office
Office européen des brevets



(11)

EP 1 394 067 A2

(12)

EUROPÄISCHE PATENTANMELDUNG

(43) Veröffentlichungstag:
03.03.2004 Patentblatt 2004/10

(51) Int Cl.7: **B65D 71/50, B65D 21/02**

(21) Anmeldenummer: **03019340.3**

(22) Anmeldetag: **27.08.2003**

(84) Benannte Vertragsstaaten:
**AT BE BG CH CY CZ DE DK EE ES FI FR GB GR
HU IE IT LI LU MC NL PT RO SE SI SK TR**
Benannte Erstreckungsstaaten:
AL LT LV MK

(30) Priorität: **28.08.2002 DE 20213205 U**
23.07.2003 DE 20311286 U

(71) Anmelder:
• **Busse, Ursula**
64546 Mörfelden-Walldorf (DE)

• **Bezalel, David**
64546 Mörfelden-Walldorf (DE)

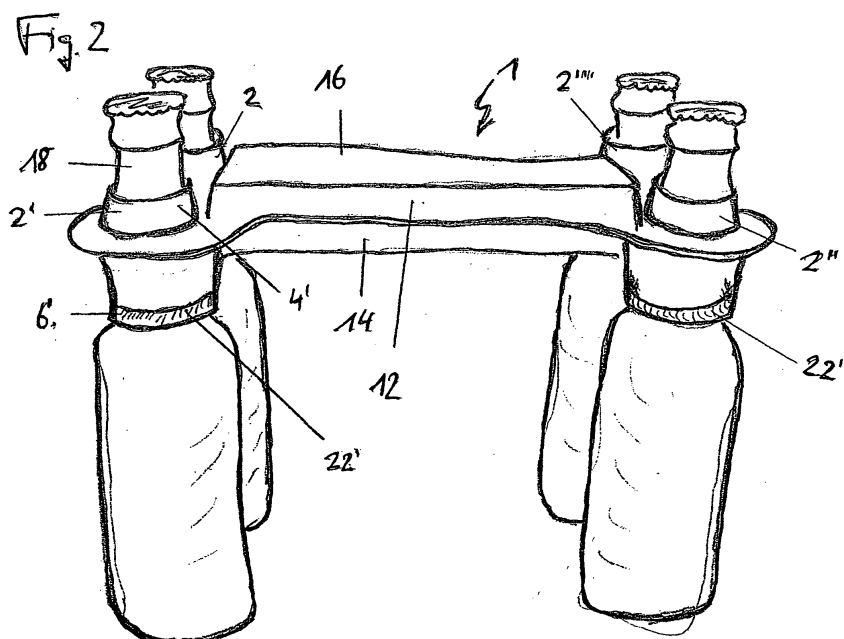
(72) Erfinder:
• **Busse, Ursula**
64546 Mörfelden-Walldorf (DE)
• **Bezalel, David**
64546 Mörfelden-Walldorf (DE)

(74) Vertreter: **Weber-Bruls, Dorothée, Dr.**
Forrester & Boehmert,
Pettenkoferstrasse 20-22
80336 München (DE)

(54) Diebstahlhindernde Werbemittelverpackung für Flaschen

(57) Die vorliegende Erfindung betrifft eine diebstahlhindernde Werbemittelverpackung für mindestens zwei Flaschen, umfassend mindestens zwei miteinander verbundene, im Wesentlichen gleichsinnig ausgerichtete Manschetten (2,2',2'',2'''), die jeweils über einen Flaschenhals (18) stülzbar sind, wobei zumindest zwei Manschetten (2,2') über, insbesondere sich verjüngende, Innendurchmesser verfügen, der kleiner ist als der

Durchmesser eines Flaschenhalsabschlusses und/oder kleiner als der Durchmesser eines auf dem Flaschenhalsabschluss angebrachten Verschlusses (26). Ferner betrifft die Erfindung ein Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack (30), wobei die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung (30) über einen Flaschenhals stülzbar ist und an ihrem oberen und unteren Ende jeweils den gleichen konischen Manschettenring (38,40) enthält.



EP 1 394 067 A2

Beschreibung

[0001] Die vorliegende Erfindung betrifft eine diebstahlhindernde Werbemittelverpackung für mindestens zwei Flaschen.

[0002] Bei der Einführung neuer Getränkeprodukte hat es sich eingebürgert, zumindest gewisse Chargen dieser in Flaschen angebotenen Getränke mit Werbegeschenken und -accessoires zu versehen, um das Interesse des Käufers zu wecken und den Kaufanreiz zu erhöhen. Auch bei bereits im Markt eingeführten Produkten wird häufig aus Marketinggründen von Zeit zu Zeit, gegebenenfalls auch saisonbedingt, eine Werbekampagne gestartet, bei der dann vor allem Flaschen mit den genannten Werbeartikeln und -geschenken versehen werden. Folglich werden in der Getränke-Industrie mehr und mehr Verkaufsförderungsaktionen in Form von Flaschen On-Pack durchgeführt. Dabei hängt man ein Werbegeschenk oder eine Miniflasche oder ähnliches oben an die Flasche als kostenlose Zugabe zum Produkt. Werden diese Werbeartikel nur lose über den Flaschenhals gehängt oder gestülpt, lässt es sich häufig nicht vermeiden, dass diese in einem unkontrollierten Moment entwendet werden, ohne dass gleichzeitig das Flaschengetränk gekauft wird. Die Erfahrung hat gezeigt, dass die Diebstahlsrate dieser Produkte - je nach Attraktivität - bei bis zu 60 % lag. Hierdurch kann ein nicht geringer marktwirtschaftlicher Schaden entstehen. Der Wunsch nach einer diebstahlsicheren Anbringung von solchen Werbepäsenten und -accessoires liegt auch darin begründet, dass es sich bei diesen Artikeln nicht mehr nur um Billigstware handelt, die sich ohne großen Aufwand in beliebiger Menge herstellen lässt, sondern das häufig äußerst werthaltige Produkte als Werbegeschenke zum Einsatz kommen. Dieses liegt unter anderem auch darin begründet, dass die Aufmerksamkeit des Konsumenten durch niedrigstpreisige Werbeartikel häufig nicht mehr gewonnen werden kann oder dieses negative Assoziationen im Zusammenhang mit dem beworbenen Produkt. Außerdem soll sich in der Werthaltigkeit und Originalität des Werbeartikels oder der Beigabe auch die Wertschätzung des Verkaufsproduktes widerspiegeln.

[0003] Aus diesen Gründen wäre es wünschenswert, Werbemittel und -accessoires auf relativ diebstahlsichere Weise zusammen mit den zu vermarktenden Produkt dem potentiellen Käufer präsentieren zu können.

[0004] Der vorliegenden Erfindung lag daher die Aufgabe zu Grunde, eine Vorrichtung verfügbar zu machen, mit der sich auch relativ wertvolle Werbegeschenke und -beigaben auf relativ sichere Weise zusammen mit dem anzupreisenden Produkt präsentieren lassen, wobei die Qualität der Präsentation durch die Sicherungsmaßnahmen gegen Diebstahl nicht beeinträchtigt wird und wobei ein Diebstahlschutz sowohl während des Transports als auch während des Anbietens in Verkaufsstätten gewährleistet ist.

[0005] Demgemäß wurde eine diebstahlhindernde

Werbemittelverpackung für mindestens zwei Flaschen gefunden, umfassend mindestens zwei miteinander verbundene, im Wesentlichen gleichsinnig ausgerichtete Manschetten, die jeweils über einen Flaschenhals stülplbar sind und wobei zumindest zwei Manschetten über einen, insbesondere sich verjüngenden, Innendurchmesser verfügen, der kleiner ist als der Durchmesser eines Flaschenhalsabschlusses und/oder kleiner als der Durchmesser eines auf dem Flaschenhalsabschluss angebrachten Verschlusses. Unter einer Manschette für eine diebstahlhindernde Werbemittelverpackung gemäß dieser Ausführungsform der vorliegenden Erfindung soll eine Vorrichtung verstanden werden, die zu Sicherungszwecken über einen Flaschenhals stülplbar ist.

[0006] Gemäß einer bevorzugten Ausführungsform ist vorgesehen, dass der Innendurchmesser in dem sich verjüngenden Abschnitt zumindest partiell kleiner ist als der Durchmesser eines Flaschenhalsabschlusses und/oder kleiner als der Durchmesser eines auf dem Flaschenhalsabschluss angebrachten Verschlusses. Dabei kann der Innendurchmesser der Manschette sich zur Mitte oder zu den gegenüberliegenden Endabschnitten hin verjüngen. Bevorzugt findet eine Verjüngung in Richtung desjenigen Abschnitts statt, der nach dem Überstülpen auf einen Flaschenhals näher zu der Öffnung der Flasche angeordnet ist. Beispielsweise kann gemäß einer weiteren Ausführungsform der Manschetteninnenraum im Wesentlichen eine konische Auslassung umfassen, wobei der sich verjüngende Abschnitt dieser Auslassung der Flaschenhalsöffnung zu- oder abgewandt anordbar ist.

[0007] Ferner kann erfindungsgemäß vorgesehen sein, dass mindestens zwei benachbarte Manschetten über mindestens ein erstes Zwischenstück verbunden sind. Indem sich die Manschetten aufgrund der Dimensionierung und Ausgestaltung ihres Innenraums ohne weiteres über eine nicht mit einem Verschluss versehene Flasche stülpen lassen, können mehrere Flaschen, z.B. wenn in einem marktüblichen Getränkekasten angeordnet, bereits in einem Arbeitsgang mit der erfindungsgemäßen diebstahlhindernden Werbemittelverpackung versehen werden.

[0008] Dabei hat sich als zweckmäßig erwiesen, wenn mindestens zwei Manschetten in einer ersten Reihe, insbesondere entlang einer im Wesentlichen geraden Linie, die jeweils über erste Zwischenstücke zwischen benachbarten Manschetten miteinander verbunden sind, und mindestens zwei Manschetten in einer zweiten Reihe, insbesondere entlang einer im wesentlichen geraden Linie, die jeweils über zweite Zwischenstücke zwischen benachbarten Manschetten miteinander verbunden sind, wobei erste und zweite Reihe, insbesondere mindestens eine Manschette von erster und zweiter Reihe und/oder mindestens ein erstes und zweites Zwischenstück, über mindestens ein drittes Zwischenstück, miteinander verbunden sind. Selbstverständlich kann das vorangehend dargestellte Verbindungs-

dungsmuster von zwei Reihen an Flaschen auch auf weitere, z.B. dritte und vierte Flaschenreihen übertragen werden.

[0009] Dabei kann in einer Ausführungsform vorgesehen sein, dass die dritten Zwischenstücke gleich lang oder länger sind als die ersten und/oder zweiten Zwischenstücke.

[0010] Eine besonders bevorzugte Weiterentwicklung der Erfindung zeichnet sich dadurch aus, dass die ersten, zweiten und/oder dritten Zwischenstücke jeweils mindestens einen Hohlraum zur Aufnahme von Informationsmaterial, Informationsträgern, Werbemitteln, Werbegeschenken und/oder -accessoires aufweisen. Hierbei ist von besonderem Vorteil, wenn man die Hohlräume in Form und Dimension den darin unterzubringenden Gegenständen anpasst, so dass z.B. eine freie Bewegung derselben stark eingeschränkt wird.

[0011] Somit kommt als eine bevorzugte Ausführungsform in Betracht, dass das erste und/oder zweite Zwischenstück einen Hohlraum zur Aufnahme eines, insbesondere temporären, Verschlusses für eine Flasche, insbesondere eine Wein-, Sekt- oder Champagnerflasche, darstellt, insbesondere in der Geometrie angepasst an den temporären Verschluss.

[0012] Insbesondere auch im Hinblick auf eine einfache und kostenkünstige Herstellung hat sich als vorteilhaft erwiesen, wenn die Werbemittelverpackung im wesentlichen einstückig gebildet ist.

[0013] Weiterhin wird bevorzugt auf solche Werbemittel zurückgegriffen, die mindestens zwei Hälften, insbesondere mindestens eine untere und mindestens eine obere Hälfte, umfassen, die aufeinander klappbar und/oder reversibel oder irreversibel miteinander verbindbar oder verbunden sind. Selbstverständlich können auch diese Hälften miteinander unter Ausbildung einer einstückigen Werbemittelverpackung, z.B. über einen gemeinsamen Kantenverlauf, verbunden sein. Jede der Hälften verfügt dann z.B. über Abschnitte der Manschetten und/oder Zwischenstücke, die sich beim Zusammenklappen zusammenfügen.

[0014] Dabei kann in einer weiteren Ausführungsform vorgesehen sein, dass mindestens eine, insbesondere sämtliche, Manschette(n) im Wesentlichen senkrecht zu mindestens einem Zwischenstück eine Ausdehnung aufweist bzw. aufweisen, die im Wesentlichen gleich oder kleiner der Länge eines Flaschenhalses ist. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass sich die Manschette stets vollständig über einen Flaschenhals stülpen lässt.

[0015] Die erfindungsgemäßen Werbemittelverpackungen sind vorzugsweise zumindest partiell aus einem, insbesondere transluzenten oder transparenten, Kunststoff gefertigt.

[0016] Als geeignete Kunststoffe kommen z.B. Polyolyfine, insbesondere Polyethylen oder Polypropylen, Polyamide, Polystyrole, Styrolcopolymere, insbesondere SAN, ABS oder ASA, Polycarbonate, Polyoxymethylene, Polyethylenterephthalat, Polybutylenterephthalat,

Polyvinylchlorid oder deren beliebige Mischungen, in schlagzähmodifizierter und/oder nicht schlagzähmodifizierter Form, in Frage.

[0017] Geeignete Manschetten können ferner über Auslassungen, d.h. Innenhohlräume, durch die ein Flaschenhals geführt wird, verfügen mit einer im Wesentlichen polygonalen, insbesondere dreieckigen, viereckigen, fünfeckigen, sechseckigen, siebeneckigen, achteckigen oder mehreckigen, runden oder ovalen Querschnittsfläche.

[0018] Auch hierbei ist zu beachten, dass der geringste Innendurchmesser der Manschette derart bemessen ist, dass diese ohne wesentliche Beschädigung von einem Flaschenhals ohne aufgesetzten Verschluss abnehmbar ist und nur mit Kraftaufwand und/oder unter Beschädigung von einem Flaschenhals mit aufgesetztem Verschluss abnehmbar ist.

[0019] Gemäß einer besonders bevorzugten Ausführungsform verfügt die erfindungsgemäße Werbemittelverpackung über mindestens einen Abstandhalter, der zumindest abschnittsweise an mindestens einem ersten, zweiten und/oder dritten Zwischenstück angebracht ist oder integraler Bestandteil desselben ist und der sich entgegengesetzt zur oberen Öffnung der Manschette oder der Manschettenoberseite erstreckt.

[0020] Dabei kann vorgesehen sein, dass der Abstandhalter sich, je weiter dieser von einem Zwischenstück entfernt ist, kontinuierlich oder diskontinuierlich verjüngt.

[0021] Außerdem ist in einer weiteren Ausführungsform verwirklicht, dass mindestens eine Manschette im Bereich der oberen und/oder unteren Öffnung einen, insbesondere zumindest bereichsweise konisch ausgeformten, Innenkragen aufweist. Dieser Innenkragen, der auch als Manschetteninnenring bezeichnet werden kann, führt zu einer Verringerung des effektiven Durchmessers der Manschette. Mindestens ein Innenkragen bildet vorzugsweise mit der Manschettenwandung einen spitzen Winkel aus.

[0022] Gemäß einem weiteren Aspekt umfasst die vorliegende Erfindung ebenfalls eine Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack, wobei die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung über den Flaschenhals zu stülpen ist und an ihrem oberen und unteren Ende jeweils die gleiche konische Manschette enthält. Diese Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung stellt vorzugsweise eine Verpackung aus durchsichtigem Kunststoff dar, die auf den Hals einer Flasche aufgesteckt wird und dann nur noch mit viel Kraftaufwand heruntergezogen werden kann. Der Flaschen On-pack ist mit der Sicherheitsvorrichtung in der Regel in der Weise verbunden, dass diese Verbindung nur unter Zerstörung der Gesamtvorrichtung gelöst werden kann. Unter einer Manschette bei der erfindungsgemäßen Ausführungsform einer Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung soll in erster Linie ein Manschettenring verstanden werden, der von dem Körper der Sicherheitsvorrichtung, der sich in der Regel an dem Flaschenhals

ausrichtet bzw. zu diesem in etwa parallel verläuft, nach innen absteht. Auf diese Weise wird durch diese Manschette bzw. diesen Manschettenring der freie Innendurchmesser der Sicherheitsvorrichtung verringert. Durch die konische Ausgestaltung des Manschettenrings bildet dieser mit dem Grundkörper der Sicherheitsvorrichtung einen spitzen Winkel aus.

[0023] Dabei kann vorgesehen sein, dass die Manschetten horizontal in die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung integriert und konisch zulaufend sind. Damit kann diese Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung zwar ohne Weiteres über den Schraubverschluss, Korken oder sonstigen Flaschenverschluss sowie in axialer Richtung über den Flaschenhals gestülpt, nicht jedoch ohne Kraftaufwand heruntergezogen werden. Die in Form der konischen Manschetten vorliegenden Sicherheitsvorrichtungen, welche horizontal in die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtungen integriert sind, verhindern durch ihre Ausgestaltung, dass die Flaschenwerbung nach dem Überstülpen über den Flaschenkopf und den Flaschenhals wieder abgenommen werden kann. Die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung lässt sich demgemäß nur entfernen, wenn man den Flaschenverschluss abschraubt, die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung aufschneidet oder sie gewaltsam von der Flasche abzieht.

[0024] Gemäß einer weiteren Ausführungsform ist die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung unter Ausbildung einer erfindungsgemäßen Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen-On-pack fest mit einem durchsichtigen Behälter verbunden, wobei in diesen Behälter bzw. dieses Reservoir Gegenstände, insbesondere Werbegeschenke unterschiedlicher Art, einlegbar sind. Hierbei kann es sich beispielsweise um Probe-Fläschchen handeln.

[0025] Dabei kann vorgesehen sein, dass die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung und/oder der Flaschen On-pack aus dünnem, durchsichtigem, glasklarem oder farbigem Kunststoff, beispielsweise aus Polyethylen (PE), Polypropylen (PP), Polyamiden (PA), Polystyrol (PS), Styrol/Acrylnitril-Copolymeren (SAN), Acryl/Butadien/Styrol-Copolymeren (ABS), oder aus weiteren Grundstoffen, Gummi, Hartgummi oder dünnem Metall gefertigt ist.

[0026] Gemäß einer weiteren Ausgestaltung kann vorgesehen sein, dass das Werbegeschenkreservoir aus nicht-durchsichtigem Material besteht und nur im vorderen Teil, ähnlich wie dem Bullauge in einem Schiff, eine durchsichtige Plastikscheibe besitzt, die das kleine Werbegeschenk in dem Reservoir sichtbar macht.

[0027] Die erfindungsgemäße Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack kann selbstverständlich derart ausgestaltet sein, dass sie an die Querschnittsform unterschiedlichster Flaschenhälse, seien es runde, ovale, dreieckige, viereckige, sechseckige, siebeneckige, achteckige oder mehreckige, angepasst ist und demgemäß über derartige Flaschenhälse stülper ist.

[0028] Der vorliegenden Erfindung lag die überraschende Erkenntnis zugrunde, dass sich diebstahlsichere Werbemittelverpackungen für mehrere Flaschen, insbesondere für zwei oder mehr Flaschen, bereits dadurch erreichen lässt, dass man auf mindestens zwei über ein Zwischenstück verbundene Manschetten zurückgreift, die derart dimensioniert sind, dass sie sich ohne weiteres über einen Flaschenhals, mit oder ohne Verschluss, stülpen lassen, jedoch nicht mehr zerstörungsfrei und/oder ohne größeren Kraftaufwand wieder von der Flasche zu entfernen sind, sobald die Flaschenöffnung mit einem Verschluss versehen ist. Hierbei hat sich als vorteilhaft erwiesen, eine Werbemittelverpackung zu verwenden, die sich aus im Wesentlichen zwei Hälften zusammensetzt, die inneneinander gefügt werden können. Diese Hälften können z. B. über eine horizontale oder vertikale Verbindungsebene verfügen. Durch die Verwendung zweier Verpackungshälften lässt sich auf besonders einfache Weise das Werbegeschenk oder -mittel in einem dafür vorgesehenen Verpackungshohlraum bzw. in dessen untere Hälfte einlegen und anschließend durch Aufsetzen der zweiten Hälfte der Werbemittelverpackung sicher verschließen. Dabei können bereits in den beiden Hälften der Verpackung korrespondierende Niet- und/oder Einrastelemente vorgesehen sein, die die beiden Verpackungshälften zumindest temporär zusammenhalten. Schließlich bietet die zweiteilige Verpackungsvariante die Möglichkeit, zu einer Manschette zu gelangen, die sich besonders schwer von einem Flaschenhals abziehen lässt, solange man den Verschluss nicht entfernt hat. Hierbei führt man die Werbemittelverpackung nicht im zusammengesetzten Zustand auf den Flaschenhals auf, sondern setzt zunächst die erste Hälfte in Form der Unterseite der Werbemittelverpackung auf den Flaschenhals auf und anschließend die obere Hälfte. Ein besonderer Vorteil stellt sich insbesondere dann ein, wenn bereits die untere Hälfte zumindest partiell ebenfalls nahezu die gesamte Innenfläche der Manschette bildet. Indem die obere Hälfte der Verpackung, die nun ebenfalls die Manschette nachbildet, auf die untere Hälfte aufgesetzt und mit dieser verbunden wird, entsteht eine besonders stabile, doppelwandige Manschettenkonstruktion, die sich wesentlich stärker dem Abziehen über eine nicht geöffnete Flasche widersetzt, als dieses bei einer einwandigen Manschette der Fall wäre.

[0029] Weitere Merkmale und Vorteile der Erfindung ergeben sich aus der nachstehenden Beschreibung, in der drei Ausführungsformen anhand von Abbildungen erläutert werden. Dabei zeigt:

Figur 1 eine erfindungsgemäße Werbemittelverpackung in perspektivischer Draufsicht;

Figur 2 die Werbemittelverpackung gemäß Figur 1 in zweckgemäßer Verwendung;

Figur 3 eine alternative Ausführungsform einer erfin-

- derungsgemäßen Werbemittelverpackung mit-
samt Werbemittel;
- Figur 4 eine schematische Draufsicht auf eine erfindungsgemäße Werbemittelverpackung, aufgestülpt auf vier Flaschenhälse;
- Figur 5 eine schematische Draufsicht auf eine erfindungsgemäße Werbemittelverpackung, aufgestülpt auf sechs Flaschenhälse;
- Figur 6 eine schematische Draufsicht auf eine alternative erfindungsgemäße Werbemittelverpackung, aufgestülpt auf sechs Flaschenhälse;
- Figur 7 eine schematische Frontaldraufsicht auf eine Flasche enthaltend einen erfindungsgemäßen Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack; und
- Figur 8 eine schematische Seitenteilansicht einer Flasche enthaltend einen erfindungsgemäßen Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack.

[0030] Figur 1 ist eine erfindungsgemäße Werbemittelverpackung 1 zu entnehmen, die über insgesamt vier Flaschenhälse stültpbar ist. Demgemäß verfügt diese Verpackung über vier einzelne Manschetten 2, 2', 2'', 2''' deren Innendurchmesser auf den Durchmesser des Flaschenhalses bzw. der Flaschenöffnung oder des Flaschenverschlusses abgestimmt ist, über den die Manschette gestülpt werden soll. Dabei kann die Manschette 2 eine durchgehende Innenwandung aufweisen, deren Innendurchmesser zumindest an einer Stelle derart bemessen ist, dass sich die Manschette 2 ohne Kraftaufwand oder zerstörungsfrei nicht über den Flaschenhals einer verschlossenen, d.h. mit einem Verschluss versehenen Flasche abziehen lässt. Allerdings ist es ebenfalls bereits ausreichend, wenn die Manschette 2 über keinen durchgehenden Innenwandungsbereich verfügt, sondern nur abschnittsweise, insbesondere an den oberen und unteren Rändern 4 und 6 der Manschette über Wandsegmente verfügt, die einen Innendurchmesser aufweisen, der es schwierig oder unmöglich macht, diese Manschette 2 über einen Flaschenhals abzuziehen. Benachbarte Manschetten 2 und 2' sind über ein erstes Zwischenstück 8 miteinander verbunden, wobei diese benachbarten Manschetten, wie auch alle weiteren Manschetten der erfindungsgemäßen Werbemittelverpackung 1, im Wesentlichen gleichsinnig ausgerichtet sind, d. h. die Mittelachsen der einzelnen Manschetten verlaufen im Wesentlichen parallel. Gemäß der abgebildeten Ausführungsform ist ein erstes Paar an Manschetten 2 und 2' mit einem zweiten Paar an in ähnlicher Weise mit einem ersten Zwischenstück 8' verbundenen Manschetten 2'' und 2''' über ein zweites Zwi-

schienstück 10 verbunden. Dieses zweite Zwischenstück 10 kann sowohl direkt mit den sich gegenüberliegenden Manschetten bzw. Manschettenpaaren und/oder den ersten, sich gegenüberliegenden Zwischenstücken verbunden sein. Das zweite Zwischenstück 10 verfügt über eine Aufnahmeeinheit 12 für ein Werbemittel, die sich im vorliegenden Fall über die gesamte Länge des zweiten Zwischenstückes 10 erstreckt. Die Werbemittelverpackung 1 gemäß Figur 1 ist aus einer unteren Hälfte 14 und einer oberen Hälfte 16 aufgebaut, so dass z. B. zunächst die untere Hälfte auf vier Flaschenhälse aufgesetzt werden kann, woraufhin das Werbemittelgeschenk in die untere Hälfte der Aufnahmeeinheit 12 eingelegt wird. Anschließend wird die obere Hälfte 16 der Werbemittelverpackung mit der unteren Hälfte 14 zusammengefügt, so dass zum einen das Werbemittelgeschenk nicht mehr ohne weiteres aus der Aufnahmeeinheit 12 zu entnehmen ist und zum anderen das Abziehen der Manschetten von den Flaschenhälsen nicht mehr zerstörungsfrei gelingt.

[0031] In Figur 2 ist die erfindungsgemäße Werbemittelverpackung 1 in einer Seitenansicht gezeigt, bei der sämtliche vier Manschetten 2, 2', 2'', 2''' über Flaschenhälse 18 von insgesamt vier Flaschen gestülpt worden sind. In die Aufnahmeeinheit 12 der Werbemittelverpackung 1 kann ein Werbemittel eingelegt werden. Wie den Manschetten 2 anzusehen ist, verfügen diese über sich zum oberen Rand 4 und unteren Rand 6 hin verjüngende Abschnitte. Der untere Rand 6 ist zudem mit einem nach innen umgeschlagenen Eckkragen 22 bzw. 22' versehen. Auf diese Weise widersetzt sich nicht nur der enge obere Rand 4 einem Abziehen von einer nicht geöffneten Flasche, sondern auch der untere Rand 6 lässt sich nicht mehr zerstörungsfrei von einer solchen Flasche abziehen, solange z.B. der Kronkorken nicht entfernt worden ist.

[0032] Figur 3 ist eine alternative Ausführungsform einer Werbemittelverpackung 1' zu entnehmen, die über die Flaschenhälse zweier Weinflaschen gestülpt worden ist. Hierbei umfasst die obere Hälfte 16 der Verpackung 1' wesentliche Teile der beiden Manschetten 2 und 2', durch die die Flaschenhülse geführt werden. In dem Zwischenstück 8 zwischen den Manschetten 2 und 2' ist eine Aufnahmeeinheit 12 angebracht, die sich, ebenso wie bei der Ausführungsform gemäß Figur 2, durch entsprechende hohlraumartige Ausformungen der oberen und unteren Hälften der Werbemittelverpackung ergibt. Im vorliegenden Fall ist insbesondere der in der unteren Hälfte 14 vorliegende Abschnitt der Aufnahmeeinheit 12 der Form des aufzunehmenden Gegenstands, z. B. eines Flaschenverschlusses, angepasst. Die untere Hälfte 14 der Werbemittelverpackung 1 kann, wie in Figur 3 gezeigt, ebenfalls dazu verwendet werden, miteinander über die Werbemittelverpackung verbundene Flaschen voneinander beabstandet zu halten. Hierfür ist die untere Hälfte 14 bis in den Bereich der Bäuche der benachbarten Flaschen zu verlängern, so dass zumindest ein Abschnitt des unteren Bereichs 14

als Abstandshalter 24 fungiert. Auf diese Weise dient die erfindungsgemäße Werbemittelverpackung sowohl der Diebstahlsicherung als auch dem Schutz von insbesondere Glasflaschen vor Zerstörung, z. B. beim Transport.

[0033] Den Figuren 4 bis 6 sind schematische Draufsichten auf erfindungsgemäße Werbemittelverpackungen 1 zu entnehmen, die über Flaschenhälse von nicht unmittelbar benachbarten Flaschen gestülpt worden sind. Die Flaschen sind in parallelen Reihen nebeneinander angeordnet, wie man dieses beispielsweise in herkömmlichen Getränkekästen vorfindet. Von den Flaschen sind bei der Wiedergabe nur die Draufsichten der Verschlüsse 26 wiedergegeben, ohne auch den sich nach unten verbreiternden Flaschenkörper abzubilden. Wie in Figur 4 gezeigt, sind zwei benachbarte Flaschen über zwei Manschetten 2 und 2' mit einem ersten Zwischenstück 8 verbunden. Über zwei Flaschenpaare getrennt sind zwei weitere benachbarte Flaschen über Manschetten 2'' und 2''' über ein Zwischenstück 8' miteinander verbunden. Die Zwischenstücke 8 und 8' sind wiederum über ein drittes Zwischenstück 10 miteinander verbunden, das z.B. einen Hohlraum zur Aufnahme von Werbemitteln aufweisen kann. Das dritte Zwischenstück 10 ist derart gestaltet, dass es zwischen den Flaschenhälften 18 derjenigen Flaschen, die nicht mit der Werbemittelverpackung 1 verbunden sind, einlegbar ist. In der Auswahl, welche Flaschen über erste, zweite und dritte Zwischenstücke miteinander verbunden werden, besteht grundsätzlich keine Einschränkung. So ist es z. B. möglich, ein drittes Zwischenstück 10 über drei Paare an Manschetten in den Zwischenraum benachbarter Flaschenhälse einzulegen, Figur 5. Auf diese Weise ist es z.B. möglich, benachbarte Flaschen äußerer, sich gegenüberliegender Flaschenreihen in einem Getränkekasten miteinander mit einem dritten Zwischenstück 10 zu verbinden und gleichzeitig ein hohes Maß an Stabilität zu gewährleisten, selbst wenn dieses dritte Zwischenstück aus einem dünnwandigen Kunststoffmaterial gefertigt sein sollte. Zudem wird der Grad an Diebstahlsicherung durch die Anbringung eines weiteren Manschettenpaares erhöht. Dabei ist es sowohl möglich, wie in Figur 5 gezeigt, das dritte Zwischenstück 10 mit einer sich über die Länge des Zwischenstücks erstreckenden Aufnahmeeinheit 12 auszustatten, als auch das Zwischenstück 10 mit zwei Aufnahmeeinheiten 12 und 12', wie in Figur 6 gezeigt, auszustatten. Auf diese Weise lassen sich zwei oder mehrere Werbeaccessoires auf sichere Art und Weise in die Werbemittelverpackung 1 einbringen.

[0034] Figur 7 zeigt eine mit einer erfindungsgemäßen Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack versehene Flasche von oben. Über den Flaschenhals 28 ist die Sicherheitsvorrichtung mit ihren beiden Manschetten bzw. Manschettenringen gestülpt worden. An diesem über den Flaschenhals 28 gestülpten Abschnitt der Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung angebracht befindet sich ein Behälter 32 mit einem

darin eingelegten Gegenstand 34. Der Behälter 32 ist fest mit dem über den Flaschenhals gestülpten Abschnitt verbunden. Wie in Figur 8 gezeigt, kann die erfindungsgemäße Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung 30 ohne weiteres über einen im Querschnitt runden Flaschenhals gestülpt werden, solange die Öffnung der Flasche noch keinen Verschluss aufweist. Der den Flaschenhals umgebende Abschnitt 36 ist konisch ausgestaltet und verjüngt sich in Richtung des Flaschenbodens. In diesen Abschnitt 36 sind ebenfalls am oberen und unteren Öffnungsrand nach innen weisende Manschetten 38 und 40 integriert. Diese Manschetten sind derart dimensioniert, dass, wenn sich ein Verschluss auf der Flasche befindet, ein Abstreifen der Sicherheitsvorrichtung nur noch unter Beschädigung derselben möglich ist. Der seitlich an dem Abschnitt 36 befindliche Behälter 32 kann, wie in Figur gezeigt, über nicht transparente Wandungen 42 sowie ein darin eingelassenes transparentes Sichtfenster 44 verfügen. Auf diese Weise wird der im Behälter 32 untergebrachte Werbeartikel unmittelbar für den potentiellen Kunden erkennbar. Mit dem erfindungsgemäßen Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack kann auf relativ diebstahlsichere Weise ein Werbegeschenk an einem Flaschenhals befestigt werden. Folglich ist man nicht länger darauf angewiesen, derartige Werbegeschenke zum Beispiel an einem Band befestigt um den Flaschenhals zu hängen. Die erfindungsgemäße Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung bietet gleichwohl eine sehr sichere und auch kostengünstige Alternative zu den bisherigen Anbringungsmöglichkeiten für Werbegeschenke an Flaschen.

[0035] Die in der vorstehenden Beschreibung, in den Ansprüchen sowie in den Zeichnungen offenbarten Merkmale der Erfindung können sowohl einzeln als auch in jeder beliebigen Kombination für die Verwirklichung der Erfindung in ihren jeweiligen Ausführungsformen wesentlich sein.

40 Bezugszeichenliste

[0036]

1, 1'	Werbemittelverpackung
2, 2', 2'', 2'''	Manschette
4, 4', 4''	oberer Rand der Manschette
6, 6', 6''	unterer Rand der Manschette
8	erstes Zwischenstück
8'	zweites Zwischenstück
10	drittes Zwischenstück
12, 12'	Aufnahmeeinheit
14	untere Hälfte der Werbemittelverpackung
16	obere Hälfte der Werbemittelverpackung
18	Flaschenhals
20	Werbemittel
22, 22', 22''	Innenkragen der Manschette

24	Abstandshalter	
26	Flaschenverschluss	
28	Flaschenhals	
30	Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack	5
32	Behälter	
34	Werbegegenstand	
36	Abschnitt der Sicherheitsvorrichtung 30 um den Flaschenhals	
38	obere Manschette	10
40	untere Manschette	
42	nicht transparente Wandung	
44	transparentes Sichtfenster im Behälter 32	15

Patentansprüche

1. Diebstahlhindernde Werbemittelverpackung (1, 1') für mindestens zwei Flaschen, umfassend mindestens zwei miteinander verbundene, im Wesentlichen gleichsinnig ausgerichtete Manschetten (2, 2', 2'', 2'''), die jeweils über einen Flaschenhals stülzbar sind, wobei zumindest zwei Manschetten (2, 2') über, insbesondere sich verjüngende, Innendurchmesser verfügen, der kleiner ist als der Durchmesser eines Flaschenhalsabschlusses und/oder kleiner als der Durchmesser eines auf dem Flaschenhalsabschluss angebrachten Verschlusses. 20
2. Werbemittelverpackung (1, 1') nach Anspruch 1, **dadurch gekennzeichnet, dass** der Innendurchmesser in dem sich verjüngenden Abschnitt zumindest partiell kleiner ist als der Durchmesser eines Flaschenhalsabschlusses und/oder kleiner als der Durchmesser eines auf dem Flaschenhalsabschluss angebrachten Verschlusses. 25
3. Werbemittelverpackung (1, 1') nach Anspruch 1 oder 2, **dadurch gekennzeichnet, dass** mindestens zwei benachbarte Manschetten (2, 2', 2'', 2''') über mindestens ein erstes Zwischenstück (8) verbunden sind. 30
4. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **gekennzeichnet durch** mindestens zwei Manschetten (2, 2') in einer ersten Reihe, insbesondere entlang einer im Wesentlichen geraden Linie, die jeweils über erste Zwischenstücke (8) zwischen benachbarten Manschetten miteinander verbunden sind, und mindestens zwei Manschetten (2'', 2''') in einer zweiten Reihe, insbesondere entlang einer im wesentlichen geraden Linie, die jeweils über zweite Zwischenstücke (8') zwischen benachbarten Manschetten miteinander verbunden sind, wobei erste und zweite Reihe, insbesondere mindestens eine Manschette (2, 2', 2'', 2''') 35

von erster und zweiter Reihe und/oder mindestens ein erstes und zweites Zwischenstück (8, 8'), über mindestens ein drittes Zwischenstück (10), miteinander verbunden sind.

5. Werbemittelverpackung (1, 1') nach Anspruch 4, **dadurch gekennzeichnet, dass** die dritten Zwischenstücke (10) gleich lang oder länger sind als die ersten und/oder zweiten Zwischenstücke (8, 8'). 40
6. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der Ansprüche 3 bis 5, **dadurch gekennzeichnet, dass** die ersten, zweiten und/oder dritten Zwischenstücke (8, 8'; 10) jeweils mindestens einen Hohlraum (12) zur Aufnahme von Informationsmaterial, Informationsträgern, Werbemitteln, Werbegeschenken und/oder -accessoires aufweisen. 45
7. Werbemittelverpackung (1, 1') nach Anspruch 6, **dadurch gekennzeichnet, dass** das erste, zweite und/oder dritte Zwischenstück (8, 8'; 10) einen Hohlraum (12) zur Aufnahme eines, insbesondere temporären, Verschlusses für eine Flasche, insbesondere eine Wein-, Sekt- oder Champagnerflasche, darstellt, insbesondere in der Geometrie angepasst an den Verschluss. 50
8. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** diese im wesentlichen einstückig gebildet ist. 55
9. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, umfassend mindestens zwei Hälften (14, 16), insbesondere mindestens eine untere und mindestens eine obere Hälfte, die aufeinander klappbar und/oder reversibel oder irreversibel miteinander verbindbar oder verbunden sind.
10. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** mindestens eine, insbesondere sämtliche, Manschette(n) (2, 2', 2'', 2''') im Wesentlichen senkrecht zu dem ersten, zweiten und/oder dritten Zwischenstück (8, 8'; 10) eine Ausdehnung aufweist bzw. aufweisen, die im Wesentlichen gleich oder kleiner der Länge eines Flaschenhalses ist.
11. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** der Manschetteninnenraum im Wesentlichen eine konische Auslassung umfasst, wobei der sich verjüngende Abschnitt dieser Auslassung der Flaschenhalsöffnung zu- oder abgewandt anordbar ist.

12. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** diese zumindest partiell aus einem Kunststoff gefertigt ist. 5
13. Werbemittelverpackung (1, 1') nach Anspruch 12, **dadurch gekennzeichnet, dass** der Kunststoff Polyolyfine, insbesondere Polyethylen oder Polypropylen, Polyamide, Polystyrole, Styrolcopolymere, insbesondere SAN, ABS oder ASA, Polycarbonate Polyoxymethylene, Polyvinylchlorid oder deren beliebige Mischungen, in schlagzähmodifizierter und/oder nicht schlagzähmodifizierter Form umfasst. 10
14. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** die Auslassung der Manschette im Wesentlichen eine polygonale, insbesondere dreieckige, viereckige, fünfeckige, sechseckige, siebeneckige, achteckige oder mehreckige, runde oder ovale Querschnittsfläche aufweist. 15
15. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** der geringste Innendurchmesser der Manschette (2, 2', 2'', 2''') derart bemessen ist, dass diese ohne wesentliche Beschädigung von einem Flaschenhals ohne aufgesetzten Verschluss abnehmbar ist und nur mit Kraftaufwand und/oder unter Beschädigung von einem Flaschenhals mit aufgesetztem Verschluss abnehmbar ist. 20
16. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **gekennzeichnet durch** mindestens einen Abstandshalter (24), der zumindest abschnittsweise an mindestens einem ersten, zweiten und/oder dritten Zwischenstück (8, 8'; 10) angebracht ist oder integraler Bestandteil desselben ist und der sich entgegengesetzt zur oberen Öffnung der Manschette (2, 2', 2'', 2''') oder der Manschettenoberseite erstreckt. 25
17. Werbemittelverpackung (1, 1') nach Anspruch 16, **dadurch gekennzeichnet, dass** der Abstandshalter (24) sich, je weiter dieser von einem Zwischenstück (8, 8'; 10) entfernt ist, kontinuierlich oder diskontinuierlich verjüngt. 30
18. Werbemittelverpackung (1, 1') nach einem der vorangehenden Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** mindestens eine Manschette (2, 2', 2'', 2''') im Bereich der oberen und/oder unteren Öffnung einen, insbesondere zumindest bereichsweise konisch 35
- ausgeformten, Innenkragen (22, 22', 22'') aufweist.
19. Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack (30) **dadurch gekennzeichnet, dass** die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung über einen Flaschenhals stülppbar ist und an ihrem oberen und unteren Ende jeweils die gleiche konische Manschette (38, 40) enthält.
20. Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack (30) nach Anspruch 19, **dadurch gekennzeichnet, dass** die Manschetten (38, 40) horizontal in die Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung integriert und konisch zulaufend sind.
21. Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack (30) nach Anspruch 19 oder 20, **gekennzeichnet durch** einen mit der Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung fest verbundenen, durchsichtigen Behälter (32), in den Werbegeschenke unterschiedlicher Art einlegbar sind.
22. Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack (30) nach einem der Ansprüche 19 bis 21, **dadurch gekennzeichnet, dass** diese aus dünnem, durchsichtigem, glasklarem oder farbigem Kunststoff, umfassend Polyethylen (PE), Polypropylen (PP), Polyamide (PA), Polystyrol (PS), Styrol/Acrylnitril-Copolymere (SAN) oder Acrylnitril/Butadien/Styrol-Copolymere (ABS), oder aus weiteren Grundstoffen, Gummi, Hartgummi oder dünnem Metall gefertigt ist.
23. Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack (30) nach einem der Ansprüche 19 bis 22, **dadurch gekennzeichnet, dass** der Werbegeschenkbhälter (32) aus nicht durchsichtigem Material in seinem vorderen Teil eine durchsichtige Plastikscheibe (44) aufweist.
24. Flaschenwerbung-Sicherheitsvorrichtung/Flaschen On-pack (30) nach einem der Ansprüche 19 bis 23, **dadurch gekennzeichnet, dass** diese an unterschiedliche Flaschenhälse, insbesondere runden, ovalen, drei-, vier-, sechs-, sieben-, acht- oder mehreckigen, anpassbar ist. 40
- 45
- 50
- 55

Fig. 1

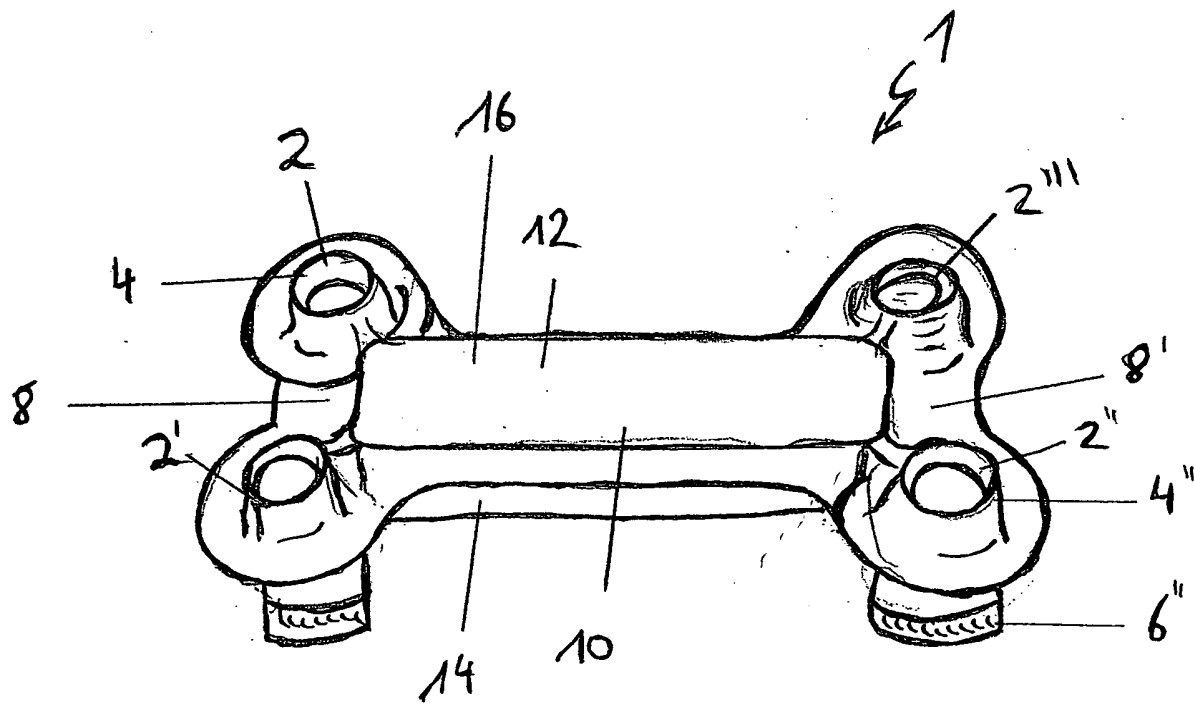
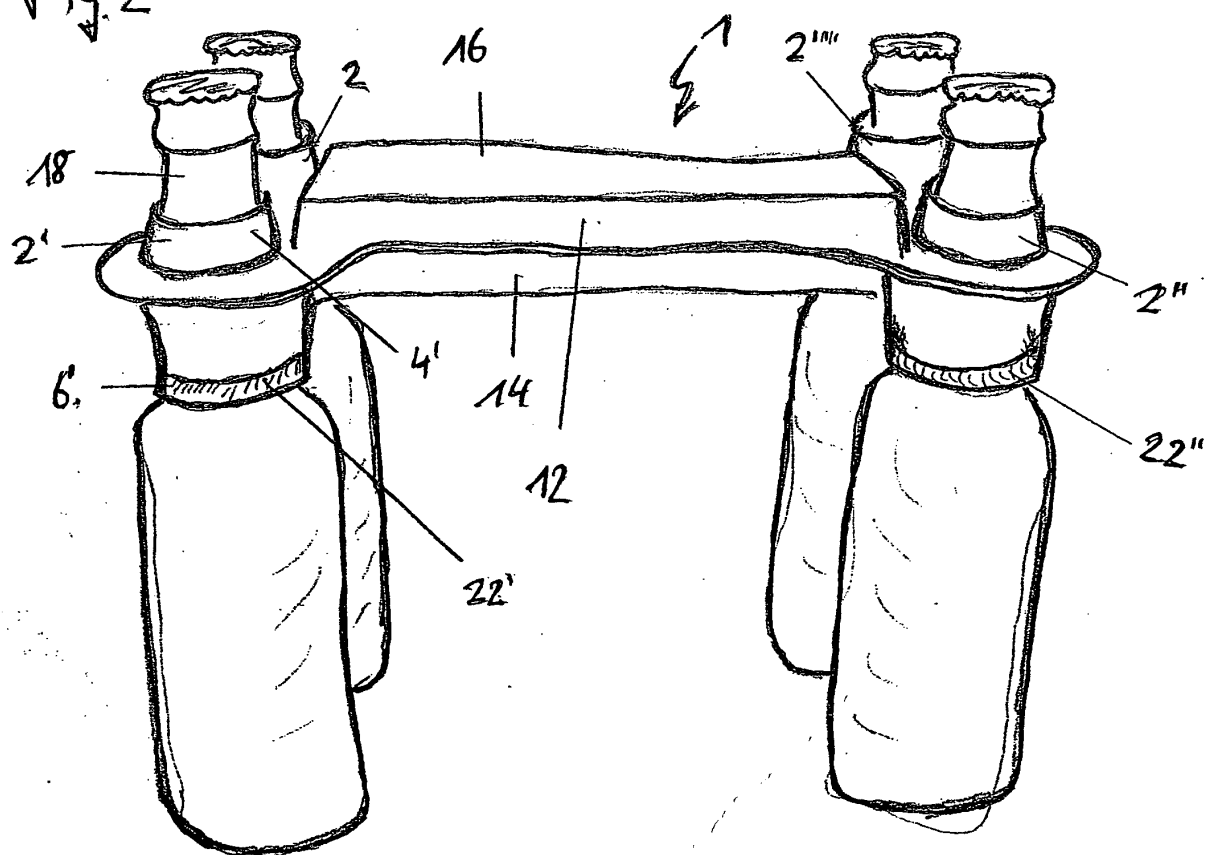
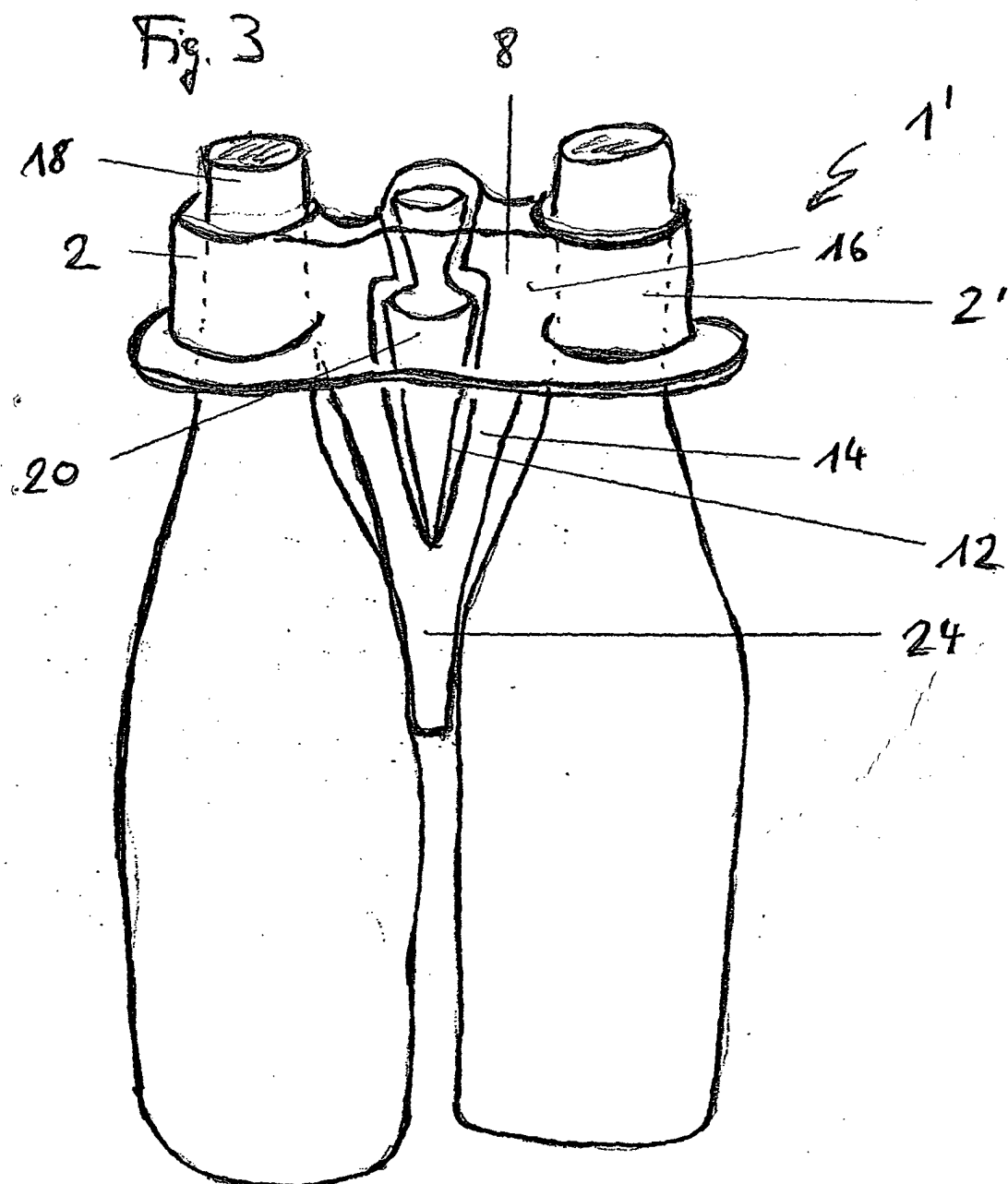


Fig. 2





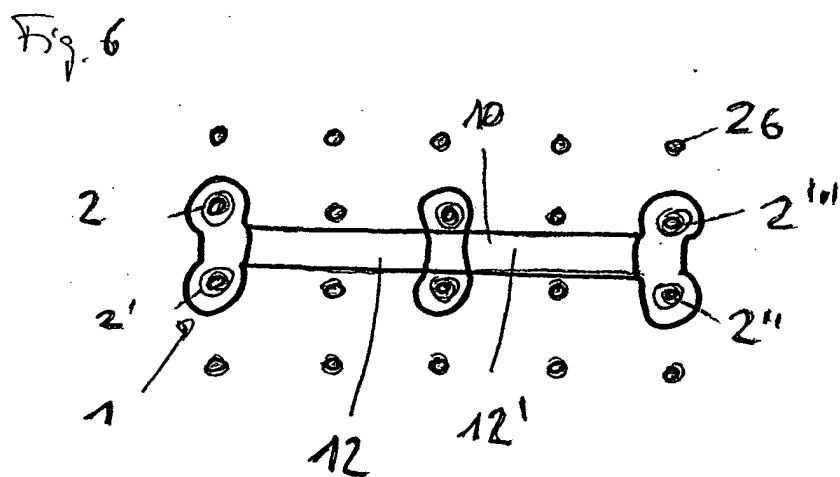
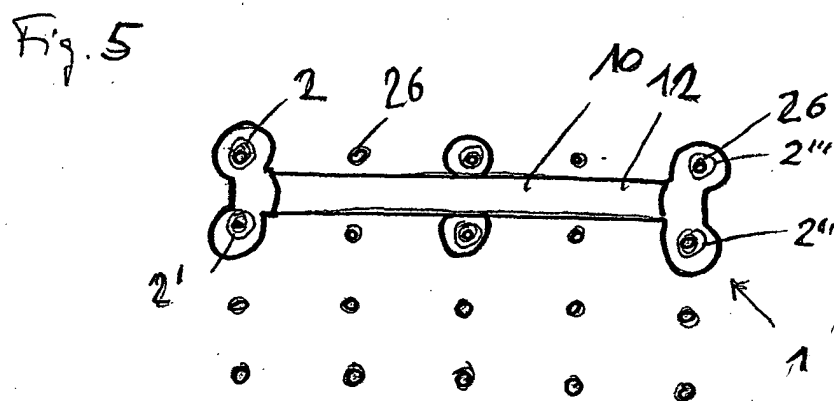
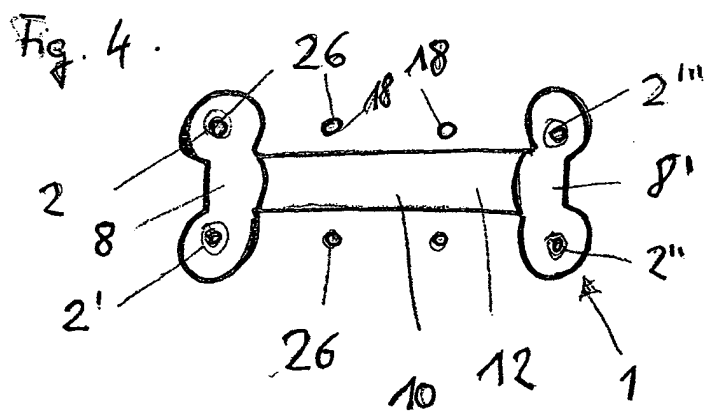


Fig. 7

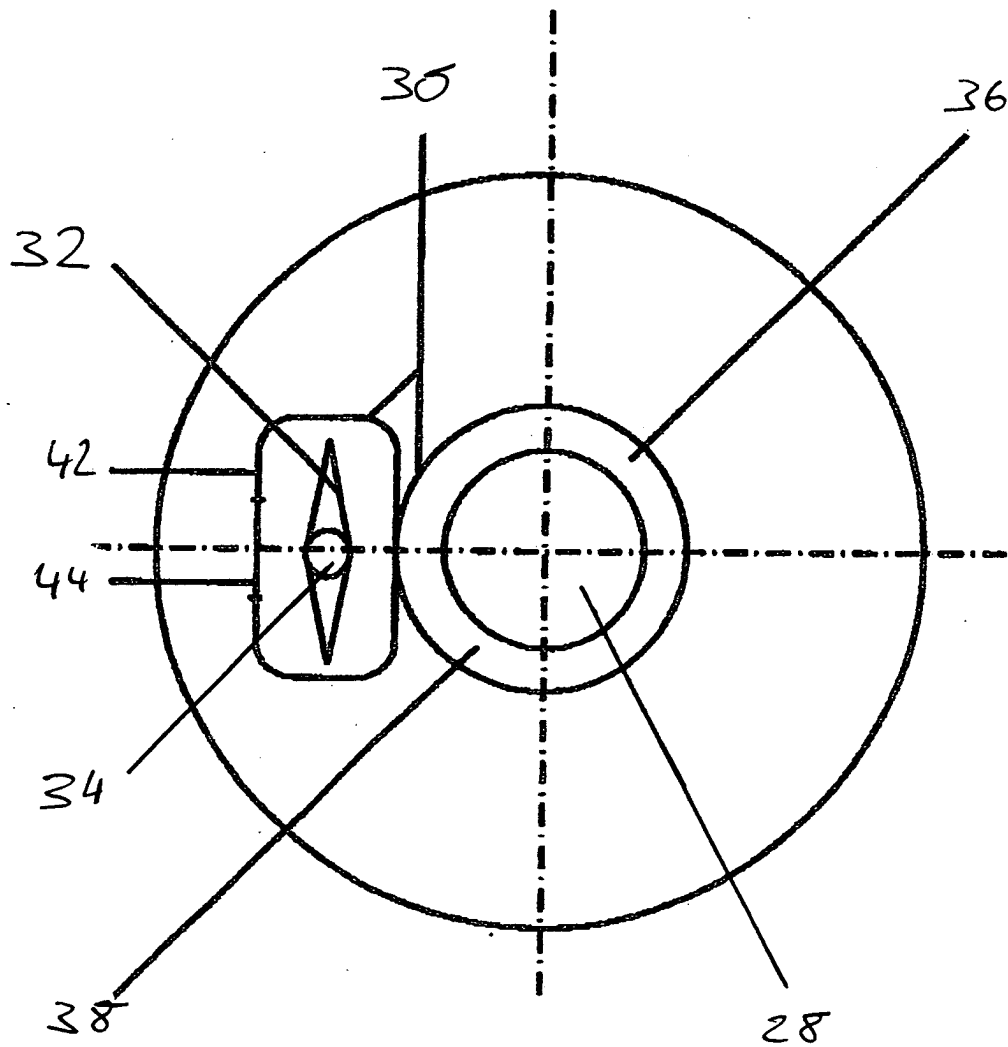


Fig. 8

