



(11)

EP 1 942 481 A1

(12)

**EUROPÄISCHE PATENTANMELDUNG**

(43) Veröffentlichungstag:  
**09.07.2008 Patentblatt 2008/28**

(51) Int Cl.:  
**G09F 21/04 (2006.01)**

(21) Anmeldenummer: **07000150.8**(22) Anmeldetag: **05.01.2007**

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

(71) Anmelder: **Thamm, Andreas  
53173 Bonn (DE)**

(72) Erfinder: **Die Erfindernennung liegt noch nicht vor**

(74) Vertreter: **Grünecker, Kinkeldey,  
Stockmair & Schwanhäusser  
Anwaltssozietät  
Leopoldstrasse 4  
80802 München (DE)**

Bemerkungen:

Geänderte Patentansprüche gemäss Regel 137(2)  
EPÜ.

**(54) Werbesystem**

(57) Die vorliegende Erfindung betrifft ein Werbesystem, welches eine leistungsgenaue Erfassung der Werbeleistung von Betreibern mobiler Werbeflächen ermöglicht, die in Form einer Werbeplane an einem Fahrzeug angebracht ist. Zur Lösung des obigen Problems wird mit der vorliegenden Erfindung ein Werbesystem mit der Werbeplane, die an dem Rahmen eines Fahrzeuges, insbesondere der Außenfläche eines LKWs montiert ist, ei-

ner den Werbeaufdruck der Werbeplane identifizierenden und von dem Fahrzeug mitgeführten Identträger und einer an dem Fahrzeug befestigten Leseeinheit zum Auslesen von Informationen des Identträgers, die mit einer mit an dem Fahrzeug vorgesehenen Schnittstelle zum Abgeben der Informationen verbunden ist, angegeben.

## Beschreibung

**[0001]** Die vorliegende Erfindung betrifft ein Werbesystem und bezieht sich insbesondere auf die Werbung an mobilen Werbeflächen durch Anbringen eines Werbemotivs regelmäßig in Form einer Werbeplane an einem Fahrzeug, speziell an einem LKW, der sich aufgrund seiner großen Außenflächen zur Anbringung von größeren Werbeplatten im Besonderen eignet.

**[0002]** Lastkraftwagen werden aber üblicherweise nicht vornehmlich zur Werbung eingesetzt, sondern bei der Anbringung von Werbeplatten an LKW werden Synergien genutzt, die darin bestehen, dass LKW sich jedenfalls auch in Gegenden aufhalten, wo ein Werbender mit seiner Werbung wahrgenommen werden möchte. Allerdings ist es aufgrund der Mobilität der Werbeflächen an den LKW nicht auszuschließen, dass die Werbung in weniger interessanten örtlichen Bereichen und/oder zu weniger interessanten Tageszeiten bzw. Wochentagen wahrnehmbar ist. Die Präferenzen einzelner Werbetreibender können insofern unterschiedlich sein. Jedenfalls wünschen diese, nur für die erbrachte Leistung zu zahlen, wobei sich die Leistung der Werbenden auch danach bemisst, wann und wo die an der Werbeplane angebrachte Werbebotschaft wahrgenommen werden konnte.

**[0003]** Mit der vorliegenden Erfindung soll ein Werbesystem angegeben werden, welches eine leistungsnahe Erfassung der Werbeleistung von Betreibern mobiler für Werbeflächen ermöglicht, die in Form einer Werbeplane an einem Fahrzeug angebracht ist. Als Werbeplane wird im Sinne der vorliegenden Erfindung jeder Träger verstanden, der eine Werbebotschaft trägt. Die Werbeplane im Sinne der Erfindung kann danach auch ein relativ starrer Werbeträger, beispielsweise eine starre Platte sein. Der Begriff lässt sich insbesondere von der Vorstellung leiten, dass Werbeträger heutzutage relativ dünn ausgebildet sein können und die darunterliegende Tragstruktur jedenfalls begrifflich dem Rahmen des Fahrzeugs, speziell der Außenfläche eines LKWs zugeordnet wird.

**[0004]** Zur Lösung des obigen Problems wird mit der vorliegenden Erfindung ein Werbesystem mit den Merkmalen von Anspruch 1 angegeben. Dieses Werbesystem geht von der an sich bekannten Tatsache aus, dass Werbeplatten im vorerwähnten Sinn an dem Rahmen eines Fahrzeugs, insbesondere an der Außenfläche eines LKWs montiert werden können, um Werbebotschaften mobil zu verbreiten. Dem auf der Werbeplane aufgebrachten Werbeaufdruck ist ein Identträger zugeordnet, der von dem Fahrzeug mitgeführt wird. Zweckmäßiger Weise ist der Identträger direkt mit der Werbeplane verbunden, da die Werbeplane selbst üblicherweise im Auftrag der Werbenden von einer Werbeagentur und im Auftrag dieser von einer Druckerei erstellt wird.

**[0005]** Bei der Erstellung der Werbeplane wird der Identträger mit der Werbeplane verbunden, so dass die Werbebotschaft und Informationen zu der Werbebot-

schaft, die auf dem Identträger gespeichert sind, unlösbar miteinander verbunden sind. Der Identträger kann ferner Informationen zu Identität des Werbenden speichern. Als Identträger kommt insbesondere ein Transponder in Frage, der sich relativ preisgünstig herstellen lässt und dennoch in der Lage ist, komplexere Information auslesbar abzuspeichern. Das Werbesystem hat ferner eine an dem Fahrzeug befestigte Leseeinheit zum Auslesen der Informationen des Identrägers.

**[0006]** Wie nachfolgend noch ausführlicher dargestellt, sollte es sich bei der Schnittstelle vorzugsweise um eine drahtlose Schnittstelle handeln. So kann eine Sendeeinrichtung mit geringer Leistungsfähigkeit in dem Fahrzeug angeordnet sein, durch welche die von der Leseeinheit ausgelesene Information aus dem Fahrzeug abgegeben und einer Auswerteeinheit zugeführt wird. Eine solche Schnittstelle kann beispielsweise aktiviert werden, wenn sich das Fahrzeug auf dem Fahrzeughof einer Spedition befindet. Alternativ kann die Schnittstelle auch eine Funkübertragung der ausgelesenen Informationen über größere Strecken ermöglichen, beispielsweise über eine Mobilfunkleitung oder über Satellit. Sofern eine permanente Übertragung der ausgelesenen Informationen nicht gewünscht ist, hat das Fahrzeug vorzugsweise einen Speicher, in den die ausgelesenen Informationen speicherbar sind. Der Speicher ist vorzugsweise unmittelbar der Leseeinheit zugeordnet und in einem Gehäuse mit dieser vorgesehen, wodurch der Montageaufwand zur Installation des Werbesystems an dem Fahrzeug vermindert wird. In dem Speicher werden vorzugsweise die von der Leseeinheit ausgelesenen Informationen zwischengespeichert. Zum Auslesen der gespeicherten Informationen ist dieser mit der Schnittstelle verbunden.

**[0007]** Vorzugsweise ist der Speicher derart vorbereitet, dass dieser Information zum aktuellen Standort des Fahrzeugs abspeichert. Das Fahrzeug weist ferner eine Einrichtung zum Erzeugen dieser Information auf. Dies kann beispielsweise ein GPS-Empfänger sein, der als Teil des Werbesystems an dem Fahrzeug montiert wird. Sofern ein entsprechendes Navigationssystems bereits an dem Fahrzeug vorgesehen ist, kann dessen die aktuelle Position wiedergebendes Signal in den Speicher eingeschrieben wird.

**[0008]** Als Teil des Werbesystems ist dem Fahrzeug ferner Fahrzeugidentifikationsinformation zugeordnet. Diese kann beispielsweise dem Fahrzeug bereits als Teil einer Mautabrechnungseinrichtung zugeordnet sein.

Das entsprechende Signal kann im Rahmen der vorliegenden Erfindung genutzt werden. Der Einfachheit halber wird die Fahrzeugidentifikationsinformation vorzugsweise einmalig in den Speicher eingeschrieben und ist dort hinterlegt, so dass beim Auslesen der von der Leseeinheit ausgelesenen Information auch die Fahrzeugidentifikationsinformation ausgelesen werden kann.

**[0009]** Das Werbesystem umfasst ferner vorzugsweise eine Sendeeinheit, die ebenfalls mit dem Fahrzeug verbunden ist und mit der Leseeinheit zusammen wirkt, um die von der Leseeinheit ausgelesenen Informationen des Identitäters von dem Fahrzeug an einen Empfänger weiterzugeben. Auch die Sendeeinheit wird üblicherweise von dem Bordnetz des Fahrzeuges gespeist. Im Hinblick auf eine einfache Montage ist es zu bevorzugen, die Sendeeinheit und die Leseeinheit in einem einheitlichen Gehäuse vorzusehen. Zweckmäßigerweise wird insbesondere die Sendeeinheit auf dem Dach des Fahrzeugs angeordnet.

**[0010]** Als Teil des erfindungsgemäßen Werbesystems ist ferner vorzugsweise eine zentrale Auswerteeinheit vorgesehen, welche die von dem Sender empfangenen Informationen auswertet, um aus dem Bewegungsprofil des Fahrzeuges eine möglichst genaue Abrechnung der geleisteten Werbung zu erzeugen.

**[0011]** Hierbei wird üblicherweise der Standort des Fahrzeuges über der Zeit ausgewertet. Ein entsprechendes Bewegungsprofil ermöglicht bereits eine genaue Abrechnung der Werbeleistung.

**[0012]** Im Hinblick auf eine möglichst genaue Abrechnung der von dem Fahrzeugbetreiber erbrachten Werbeleistung wird gemäß einer bevorzugten Weiterbildung der vorliegenden Erfindung vorgeschlagen, die Sendeeinheit derart vorzubereiten, dass mit dieser auch Fahrzeugidentifikationsinformation an den Empfänger weitergeleitet wird. So kann beispielsweise eine das jeweilige Fahrzeug identifizierende Kennung dem Protokoll beim Auslesen der Informationen mitgegeben werden. Mit dieser Fahrzeugidentifikationsinformation kann ein Teil der Werbeeinnahmen leistungsgerecht an den Betreiber des Fahrzeugs weitergegeben werden, dessen Daten aufgrund der Fahrzeugidentifikationsinformation dem entsprechenden Fahrzeug zugeordnet werden können. Dementsprechend weist die Auswerteeinheit vorzugsweise einen Speicher auf, in dem die unterschiedlichen Inhaber bzw. Betreiber von Fahrzeugen mit den von ihnen betriebenen Fahrzeugen hinterlegt sind. Anhand der Fahrzeugidentifikationsinformation kann das entsprechende Fahrzeug zunächst identifiziert und damit auch der Betreiber bzw. der Besitzer des Fahrzeuges identifiziert werden. Diesem wird dann ein Teil der Werbeeinnahmen als Vergütung für seine Werbeleistung vorzugsweise automatisch überwiesen.

**[0013]** Gemäß einer weiteren bevorzugten Ausgestaltung der vorliegenden Erfindung wird aufgrund des Signals der Sendeeinheit der Auswerteeinheit der aktuelle Standort des Fahrzeuges mitgeteilt. Dabei ist zu beachten, dass die Sendeeinheit ihr Signal an einen Satelliten

weiterleiten kann. In einem solchen Fall ist es zu bevorzugen, die Sendeeinheit mit einem an dem Fahrzeug angeordneten GPS-Gerät zu verbinden, so dass die von dem GPS-Gerät erzeugten Ortskoordinaten über die

5 Sendeeinheit dem Empfänger und von dort der Auswerteeinheit mitgeteilt werden, um das Ortsprofil des Fahrzeugs kennenzulernen. Bei Fallgestaltung, bei denen die Sendeeinheit an lokale Empfänger sendet, beispielsweise Knoten eines Mobilfunknetzes oder Brücken einer  
10 Mauterfassungsstelle, kann alternativ die zu diesen ortsfesten Punkten hinterlegte Ortskoordinate der Auswerteeinheit als Information über den gegenwärtigen Standort des Fahrzeugs mitgeteilt werden. In diesem Fall ist es nicht erforderlich, dass das Fahrzeug das Signal eines  
15 GPS-Signals an den Empfänger und damit an die Auswerteeinheit weiterleitet. Selbstverständlich sind beide Fallgestaltungen in Kombination denkbar.

**[0014]** Vorzugsweise umfasst das Werbesystem eine Einrichtung zum automatisierten Ausgeben von Rechnungen, die dem Werbetreibenden, d.h. dem Auftraggeber gestellt werden. Eine entsprechende Rechnung wird üblicherweise in vorgegebenen Zeitzyklen erstellt. Sie umfasst regelmäßig sämtliche Werbedienstleistungen für sämtliche Werbebotschaften des entsprechenden  
20 Werbenden. Die Zuordnung erfolgt hierbei jeweils vorzugsweise über die Informationen zu dem entsprechenden Werbenden, die in dem Identitäter hinterlegt ist. Die Abrechnung erfolgt anhand eines Werbeprofils, welches neben den vorerwähnten Informationen zum Werbenden  
25 einige oder alle der nachfolgend wiedergegebenen Informationen umfasst: regelmäßig wird zumindest die Information zum Standort des Fahrzeugs genutzt, um ein Werbeprofil zu erstellen. Wie oben bereits dargelegt, ist es häufig bedeutsam für die Werbeleistung, zu welchem  
30 Tageszeitpunkt das Fahrzeug an welchem Standort befindlich ist. Dementsprechend umfasst das Werbeprofil regelmäßig auch eine Information zur Tageszeit am Standort des Fahrzeuges. Mit den Standortinformationen können selbstverständlich Bewegungsinformationen abgeleitet werden, wie beispielsweise die zurückgelegte Strecke und damit die Verbreitung der Werbebotschaft in einem gewissen Bereich. Wie bereits erwähnt sollte zumindest die aus dem Identitäter ausgelesene Information bezüglich des Werbetreibenden zu Erstellung  
35 des Werbeprofils genutzt werden. Darüber hinaus kann diese Information genutzt werden, um die Abrechnung detaillierter auszuführen, so dass der Auftraggeber bei unterschiedlichen Werbeaufdrucken, d.h. unterschiedlichen Werbebotschaften anhand der Rechnungsstellung differenzieren kann, welche Verbreitung unterschiedliche Werbebotschaften gefunden haben. Eine solche Korrelation ist regelmäßig bedeutsam für die Analyse der Marketingmaßnahme. Des Weiteren umfasst  
40 das Werbeprofil Zeitinformation, d.h. Informationen zum Tageszeitpunkt des Fahrzeugs, um die Abrechnung detaillierter auszuführen, so dass der Auftraggeber bei unterschiedlichen Werbeaufdrucken, d.h. unterschiedlichen Werbebotschaften anhand der Rechnungsstellung differenzieren kann, welche Verbreitung unterschiedliche Werbebotschaften gefunden haben. Eine solche Korrelation ist regelmäßig bedeutsam für die Analyse der Marketingmaßnahme. Des Weiteren umfasst  
45 das Werbeprofil Zeitinformation, d.h. Informationen zum Tageszeitpunkt des Fahrzeugs, um die Abrechnung detaillierter auszuführen, so dass der Auftraggeber bei unterschiedlichen Werbeaufdrucken, d.h. unterschiedlichen Werbebotschaften anhand der Rechnungsstellung differenzieren kann, welche Verbreitung unterschiedliche Werbebotschaften gefunden haben. Eine solche Korrelation ist regelmäßig bedeutsam für die Analyse der Marketingmaßnahme. Des Weiteren umfasst  
50 das Werbeprofil Zeitinformation, d.h. Informationen zum Tageszeitpunkt des Fahrzeugs, um die Abrechnung detaillierter auszuführen, so dass der Auftraggeber bei unterschiedlichen Werbeaufdrucken, d.h. unterschiedlichen Werbebotschaften anhand der Rechnungsstellung differenzieren kann, welche Verbreitung unterschiedliche Werbebotschaften gefunden haben. Eine solche Korrelation ist regelmäßig bedeutsam für die Analyse der Marketingmaßnahme. Des Weiteren umfasst  
55 das Werbeprofil Zeitinformation, d.h. Informationen zum Tageszeitpunkt des Fahrzeugs, um die Abrechnung detaillierter auszuführen, so dass der Auftraggeber bei unterschiedlichen Werbeaufdrucken, d.h. unterschiedlichen Werbebotschaften anhand der Rechnungsstellung differenzieren kann, welche Verbreitung unterschiedliche Werbebotschaften gefunden haben. Eine solche Korrelation ist regelmäßig bedeutsam für die Analyse der Marketingmaßnahme. Des Weiteren umfasst das Werbeprofil Zeitinformation, d.h. Informationen zum Wochentag bzw. Datum zu dem sich das Fahrzeug an einem bestimmten Standort aufhält. Schließlich kann das Werbeprofil auch die ausgelesene Fahrzeugidentifikationsinformation enthalten, um einerseits eine Weiterlei-

tung von erhaltenen Werbegebühren an den Betreiber des Fahrzeuges zu ermöglichen und andererseits die Wirksamkeit der beauftragten Werbemaßnahme auf Seiten des Auftraggebers oder des Betreibers des Werbesystems zu überprüfen. So kann der Betreiber des Systems insbesondere anhand der Fahrzeugidentifikationsinformation eine Datenbank betreiben, in welcher der bevorzugte bzw. der überwiegende Aufenthaltsraum des entsprechenden Fahrzeugs hinterlegt ist, um gezielt Fahrzeuge zur lokalen Verbreitung bestimmter Werbebotschaften auswählen zu können.

[0015] Im Hinblick auf eine genaue Abrechnung der Werbeleistung weist die Auswerteeinheit des Werbesystems vorzugsweise einen Speicher auf, in dem Werbepreise hinterlegt sind, die in Abhängigkeit von Tageszeiten, Wochentagen und Standorten in unterschiedliche Klassen klassifiziert sind. Anhand des ermittelten Werbeprofils, insbesondere anhand des Bewegungsprofils kann die Auswerteeinheit für bestimmte Werbeplänen die zugeordneten Werbeeinheitenpreise aus dem Speicher auslesen und den Preis automatisch ermitteln, welcher von dem Auftraggeber für die erbrachte Werbeleistung zu bezahlen ist.

#### Patentansprüche

1. Werbesystem mit einer Werbeplane, die an dem Rahmen eines Fahrzeugs, insbesondere der Außenfläche eines LKWs montiert ist, einer den Werbeaufdruck der Werbeplane identifizierenden und von dem Fahrzeug mit geführten Identträger, einer an dem Fahrzeug befestigten Leseeinheit zum Auslesen von Informationen des Identträgers, die mit einer mit an dem Fahrzeug vorgesehenen Schnittstelle zum Abgeben der Informationen verbunden ist. . .
2. Werbesystem nach Anspruch 1, **dadurch gekennzeichnet, dass** das Fahrzeug einen Speicher aufweist, in dem die ausgelesenen Informationen speicherbar sind und dass die Leseeinheit über den Speicher mit der Schnittstelle verbunden ist.
3. Werbesystem nach Anspruch 1 oder 2, **dadurch gekennzeichnet, dass** das Fahrzeug eine Einrichtung zum Erzeugen von Information zum aktuellen Standort des Fahrzeugs aufweist und dass der Speicher derart vorbereitet ist, dass dieser Information zum aktuellen Standort des Fahrzeugs abspeichert.
4. Werbesystem nach einem der vorherigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** in dem Speicher Fahrzeugidentifikationsinformation hinterlegt ist.
5. Werbesystem nach einem der vorherigen Ansprüche **dadurch gekennzeichnet, dass** die Schnittstelle und/oder der Speicher mit einer an dem Fahr-

zeug befestigten Sendeeinheit verbunden ist, welche die ausgelesenen Informationen an einen Empfänger einer zentralen Auswerteeinheit weiterleitet.

- 5 6. Werbesystem nach einem der vorherigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** die Sendeeinheit derart vorbereitet ist, dass diese Fahrzeugidentifikationsinformation an den Empfänger weiterleitet.
- 10 7. Werbesystem nach einem der vorherigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** aufgrund des Signals der Sendeeinheit der Auswerteeinheit der aktuelle Standort des Fahrzeugs mitgeteilt wird.
- 15 8. Werbesystem nach einem der vorigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** die Auswerteeinheit derart vorbereitet ist, dass sie aufgrund einiger oder aller der nachfolgenden Informationen zu einer bestimmten Werbeplane ein Werbeprofil erstellt: Information zum Standort des Fahrzeugs, die aus dem Identträger ausgelesene Information, Information zur Tageszeit am Standort des Fahrzeugs, Information zum Wochentag, Datumsinformation, Fahrzeugidentifikationsinformation.
- 20 9. Werbesystem nach einem der vorigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** die Auswerteeinheit einen Speicher aufweist, in dem verschiedenen Tageszeiten, verschiedenen Wochentagen und verschiedenen Standorten zugeordnete Werbeeinheitenpreise hinterlegt sind, und dass die Auswerteeinheit für die bestimmte Werbeplane die zu dem Werbeprofil zugehörigen Werbeeinheitenpreise aus dem Speicher ausliest und den Werbepreis für die bestimmte Werbeplane automatisch ermittelt.
- 25

#### Geänderte Patentansprüche gemäss Regel 137(2) EPÜ.

- 30 1. Werbesystem mit einer Werbeplane, die an dem Rahmen eines Fahrzeugs, insbesondere der Außenfläche eines LKWs montiert ist, einer den Werbeaufdruck der Werbeplane identifizierenden und von dem Fahrzeug mit geführten Identträger, einer an dem Fahrzeug befestigten Leseeinheit zum Auslesen von Informationen des Identträgers, die mit einer mit an dem Fahrzeug vorgesehenen Schnittstelle zum Abgeben der Informationen verbunden ist, **dadurch gekennzeichnet, dass**
  - 35
  - 40
  - 45
  - 50
  - 55
- das Fahrzeug einen Speicher aufweist, in dem die ausgelesenen Informationen speicherbar sind, dass die Leseeinheit über den Speicher mit der Schnittstelle verbunden ist,
- die Schnittstelle und/oder der Speicher mit einer an dem Fahrzeug befestigten Sendeeinheit verbunden ist, welche die ausgelesenen Informationen an einen

Empfänger einer zentralen Auswerteeinheit weiterleitet, und  
 die Auswerteeinheit derart vorbereitet ist, dass sie aufgrund aller der nachfolgenden Informationen zu einer bestimmten Werbeplane ein Werbeprofil erstellt: Information zum Standort des Fahrzeuges, die aus dem Identräger ausgelesene Information, Information zur Tageszeit am Standort des Fahrzeuges, Information zum Wochentag, Datumsinformation, Fahrzeugidentifikationsinformation. 5 10

**2.** Werbesystem nach Anspruch 1, **dadurch gekennzeichnet, dass** das Fahrzeug eine Einrichtung zum Erzeugen von Information zum aktuellen Standort des Fahrzeugs aufweist und dass der Speicher derart vorbereitet ist, dass dieser Information zum aktuellen Standort des Fahrzeuges abspeichert. 15

**3.** Werbesystem nach einem der vorherigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** in dem Speicher Fahrzeugidentifikationsinformation hinterlegt ist. 20

**4.** Werbesystem nach einem der vorherigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** die Sendeeinheit derart vorbereitet ist, dass diese Fahrzeugidentifikationsinformation an den Empfänger weiterleitet. 25

**5.** Werbesystem nach einem der vorherigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** aufgrund des Signals der Sendeeinheit der Auswerteeinheit der aktuelle Standort des Fahrzeugs mitgeteilt wird. 30

**6.** Werbesystem nach einem der vorigen Ansprüche, **dadurch gekennzeichnet, dass** die Auswerteeinheit einen Speicher aufweist, in dem verschiedenen Tageszeiten, verschiedenen Wochentagen und verschiedenen Standorten zugeordnete Werbeeinheitenpreise hinterlegt sind, und dass die Auswerteeinheit für die bestimmte Werbeplane die zu dem Werbeprofil zugehörigen Werbeeinheitenpreise aus dem Speicher ausliest und den Werbepreis für die bestimmte Werbeplane automatisch ermittelt. 35 40 45



EINSCHLÄGIGE DOKUMENTE			KLASSIFIKATION DER ANMELDUNG (IPC)
Kategorie	Kennzeichnung des Dokuments mit Angabe, soweit erforderlich, der maßgeblichen Teile	Betreff Anspruch	
X	GB 2 387 953 A (ERASMUS ALAN [GB]) 29. Oktober 2003 (2003-10-29)	1,5,7,8	INV. G09F21/04
Y	* Zusammenfassung * * Abbildung 1 * * Seite 1, Zeile 4 - Zeile 9 * * Seite 7, Zeile 5 - Zeile 26 * * Seite 8, Zeile 11 - Seite 9, Zeile 11 * -----	2-4,6,9	
Y	WO 00/26062 A (ADAPT MEDIA INC [US]) 11. Mai 2000 (2000-05-11) * Zusammenfassung * * Seite 4, Zeile 10 - Zeile 22 * * Seite 5, Zeile 18 - Seite 6, Zeile 3 * * Seite 10, Zeile 19 - Seite 14, Zeile 17 * * Abbildung 4 *	2-4,6,9	
A	WO 03/069592 A (AGRIPA LTD [GB]; PITT JOHN DUNLOP [GB]; BARAC KATARINA [GB]; O'NEILL S) 21. August 2003 (2003-08-21) * Zusammenfassung; Abbildung 3 *	1-9	RECHERCHIERTE SACHGEBiete (IPC)
			G09F B60R G08G B60Q G06F
1	Der vorliegende Recherchenbericht wurde für alle Patentansprüche erstellt		
1	Recherchenort München	Abschlußdatum der Recherche 15. November 2007	Prüfer Pierron, Christophe
KATEGORIE DER GENANNTEN DOKUMENTE			
X : von besonderer Bedeutung allein betrachtet Y : von besonderer Bedeutung in Verbindung mit einer anderen Veröffentlichung derselben Kategorie A : technologischer Hintergrund O : nichtschriftliche Offenbarung P : Zwischenliteratur			
T : der Erfindung zugrunde liegende Theorien oder Grundsätze E : älteres Patentdokument, das jedoch erst am oder nach dem Anmeldedatum veröffentlicht worden ist D : in der Anmeldung angeführtes Dokument L : aus anderen Gründen angeführtes Dokument & : Mitglied der gleichen Patentfamilie, übereinstimmendes Dokument			

**ANHANG ZUM EUROPÄISCHEN RECHERCHENBERICHT  
ÜBER DIE EUROPÄISCHE PATENTANMELDUNG NR.**

EP 07 00 0150

In diesem Anhang sind die Mitglieder der Patentfamilien der im obengenannten europäischen Recherchenbericht angeführten Patentdokumente angegeben.

Die Angaben über die Familienmitglieder entsprechen dem Stand der Datei des Europäischen Patentamts am  
Diese Angaben dienen nur zur Unterrichtung und erfolgen ohne Gewähr.

15-11-2007

Im Recherchenbericht angeführtes Patentdokument		Datum der Veröffentlichung	Mitglied(er) der Patentfamilie		Datum der Veröffentlichung
GB 2387953	A	29-10-2003	KEINE		
WO 0026062	A	11-05-2000	AU 768723 B2	08-01-2004	
			AU 1518100 A	22-05-2000	
			BR 9915002 A	10-07-2001	
			CA 2348524 A1	11-05-2000	
			EP 1126994 A1	29-08-2001	
			IL 142937 A	31-08-2004	
			JP 2002528780 T	03-09-2002	
			US 6060993 A	09-05-2000	
			US 6236330 B1	22-05-2001	
WO 03069592	A	21-08-2003	AT 301862 T	15-08-2005	
			AU 2002302822 A1	04-09-2003	
			DE 60205508 D1	15-09-2005	
			DE 60205508 T2	08-06-2006	
			EP 1474795 A2	10-11-2004	
			US 2006207141 A1	21-09-2006	