

(19)



REPUBLIK  
ÖSTERREICH  
Patentamt

(10) Nummer: **AT 410 401 B**

(12)

# PATENTSCHRIFT

(21) Anmeldenummer: A 1727/99  
(22) Anmeldetag: 12.10.1999  
(42) Beginn der Patentdauer: 15.09.2002  
(45) Ausgabetag: 25.04.2003

(51) Int. Cl.<sup>7</sup>: **A63C 19/00**

(56) Entgegenhaltungen:  
DE 3429030A1 EP 0596850A1 DE 3904737A1  
FR 2085403A DE 19615520A1 EP 0177830A1

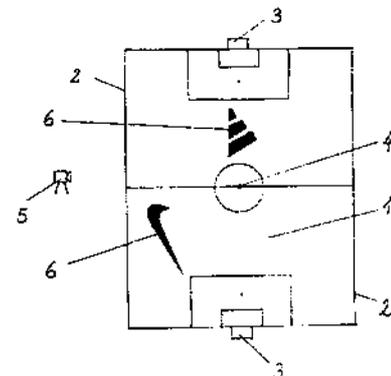
(73) Patentinhaber:  
GSV IMMOBILIEN GES.M.B.H.  
A-2380 PERCHTOLDSDORF,  
NIEDERÖSTERREICH (AT).  
  
(72) Erfinder:  
LEGERER OTTO  
LEOPOLDSDORF, NIEDERÖSTERREICH (AT).  
STATTMANN CHRISTIAN  
KLAGENFURT, KÄRNTEN (AT).

(54) VERFAHREN ZUR NUTZUNG VON MIT RASEN BEPFLANZBAREN GRÜN-, SPORT- ODER SPIELFLÄCHEN

**AT 410 401 B**

(57) Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Nutzung von mit Rasen bepflanzbaren Grün-, Sport- oder Spielflächen (1), beispielsweise Fußball-, Landhockey-, Crickelfelder, Golfanlagen, od. dgl., als Werbeflächen. Die Bepflanzung der Rasenfläche für ein visuelles Werbedesign (6) erfolgt entweder durch unterschiedliche Rasensorten, insbesondere unterschiedlichen Alters oder die Bepflanzung wird mechanisch oder chemisch verändert. Zu einer maschinellen Pflanzung oder für die mechanische oder chemische Veränderung der Pflanzen der Werbedesigns (6) wird eine computergesteuerte, fahrbare Gras- und Rasenbearbeitungsmaschine, beispielsweise ein Mähgerät, mit einem auf einem virtuellen Koordinatensystem basierenden, elektronischen Steuerungsprogramm eingesetzt. Die Computer-Steuerung basiert insbesondere auf einem Impuls- und Zeilenprogramm und baut auf virtuellen Koordinaten auf, wobei die Koordinatenpunkte die flächigen Werbedesigns (6) definieren.

*Fig.*



Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Nutzung von mit Rasen bepflanzbaren Grün-, Sport- oder Spielflächen, beispielsweise Fußball-, Landhockey-, Cricketfelder, Golfanlagen, od. dgl., als, gegebenenfalls mehrfarbige, Werbeflächen.

Es ist hinlänglich bekannt, bei Sportveranstaltungen, insbesondere wenn sie auch mittels Fernsehen übertragen werden, Werbeflächen am Spielfeldrand zu platzieren. Derartige Werbung wird auch im Allgemeinen als Bandenwerbung bezeichnet, da entweder eigene Werbeflächen aufgestellt werden oder die am Spielfeldrand angeordnete Bande bzw. Umgrenzung als Werbefläche Verwendung findet. Nachteilig bei dieser Art der Werbung ist, dass durch das Aufeinandertreffen von zwei verschiedenen Werbemanagements, nämlich einerseits der Betreibergesellschaft des Fernsehens und andererseits der Sportveranstalter, die beide Interesse am Verkauf von Werbung an sich und auch der Werbezeiten haben, ein Einklang selten zu finden ist.

Natürlich ist jede Fernsehgesellschaft bestrebt, ihre Werbemöglichkeiten für ihren kommerziellen Erfolg zu nützen. Es werden daher die Werbungen, die sich nicht finanziell in den Einnahmen der Fernsehgesellschaften niederschlagen, eher restriktiv behandelt. Natürlich liegt es im Interesse der Allgemeinheit, den Ablauf der Sportart dem Zuschauer näher zu bringen und nicht eine Werbeveranstaltung zu übertragen.

Dieser Konflikt führt trotzdem oft zu den unwahrscheinlichsten Situationen, die sich sehr nachteilig auf den Sport auswirken können. So erhalten Sportveranstalter in der Planungsphase der Veranstaltung keine entsprechenden Zusagen der Fernsehgesellschaft über eventuelle Übertragungen bzw. Übertragungszeiten, wodurch die etwaigen Sponsoren ihr Interesse an der Veranstaltung verlieren. Ohne Sponsoren ist aber in der heutigen Zeit keine Durchführung einer Veranstaltung und schon gar nicht einer Großveranstaltung mehr möglich. Auch strikten Weisungen seitens der Fernsehgesellschaft über entsprechende Aufnahmestellen oder -orte ist schwer beizukommen.

In letzter Zeit hat dieser Konflikt über die kommerzielle Verwertbarkeit der Werbung zu Auswüchsen geführt, die mit dem Sport nicht vereinbar sind. Es besteht unter anderem die Gefahr, dass Spieler angehalten werden könnten, in der Nähe von bestimmten Werbetafeln Verletzungen zu simulieren, um die Übertragungszeit dieser bestimmten Werbetafel zu verlängern.

Um beispielsweise derartige Zustände zu unterbinden wurden in der jüngsten Vergangenheit neue Wege eingeschlagen.

So ist aus der DE 34 29 030 A1 ein Verfahren zum Aufbringen von Zeichen oder Buchstaben auf einer Rasenfläche bekannt, bei dem ein Bereich der Rasenfläche mit einer negativen Schablone abgedeckt wird und dieser Bereich einer Spezialbehandlung unterzogen wird. Diese spezielle Behandlung kann im Wuchs oder in der Farbe der behandelten Rasenfläche zur Geltung kommen. Darüber hinaus kann die spezielle Behandlung auch eine mechanische Bearbeitungsphase umfassen.

Weiters ist aus der EP 596 850 A1 ein Verfahren bekannt, das den Rasen eines Sportplatzes zu Werbezwecken heranzieht. Zur visuellen Verdeutlichung der Werbung wird die Verwendung von verschiedenen Farben oder differenten Schnittarten vorgeschlagen.

Es ist weiters aus der DE 39 04 737 A1 ein Verfahren zum Erzeugen von Pflanzenflächen mit vorbestimmter Ornamentform bekannt. Dabei wird eine Faservliesmatte gemäß dem gewünschten Ornament mit einem entsprechenden Pflanzensamen besamt und dieses Mattenstück nach dem Ankeimen am Ort des gewünschten Pflanzenflächen- Ornaments abgelegt.

Ebenso sind aus der FR 2 085 403 A visuelle Werbeträger durch unterschiedliche Bepflanzung bekannt.

Ferner ist auch aus der DE 196 15 520 A1 eine harmonische Anordnung von Pflanzungen bekannt, die zur visuellen Darstellung des harmonischen Gefüges einer aus einer Abfolge von Einzeltönen bestehenden Klangmelodie als räumliche Struktur dienen.

Abschließend sind noch in der EP 177 830 A1 Mittel zur Regulierung des Pflanzenwachstums aufgezeigt.

Allen den oben aufgezeigten Verfahren und Anordnungen haftet der Nachteil an, dass der zu erzielende Effekt, insbesondere der Werbeeffect, auf die Qualitäten des Bearbeiters beschränkt ist.

Aufgabe der Erfindung ist es daher, einerseits die oben aufgezeigten Nachteile zu vermeiden und andererseits eine zu den üblichen Werbeflächen, wie beispielsweise die Bandenwerbung, zusätzliche Werbefläche, die wiederum, gegebenenfalls von beiden Seiten, kommerziell genutzt

werden kann, zu schaffen, die auch beliebig oft, genau den vorgegebenen Parametern, einfach und rasch, dupliziert werden kann.

Diese Aufgabe wird durch die Erfindung gelöst.

Das erfindungsgemäße Verfahren ist gekennzeichnet durch die Kombination folgender an sich bekannter Maßnahmen:

- 5 - dass die Bepflanzung der Rasenfläche für im Rasen vorgesehene Werbedesigns in Form flächiger Logos, Zeichen, Symbole oder Schriftzüge
- entweder durch unterschiedliche Rasensorten, insbesondere unterschiedlichen Alters, erfolgt oder die Bepflanzung mechanisch oder chemisch verändert wird, wobei
- 10 - zu einer maschinellen Pflanzung oder für die mechanische oder chemische Veränderung der Pflanzen der Werbedesigns
- eine computergesteuerte, fahrbare Gras- und Rasenbearbeitungsmaschine, beispielsweise ein Mähgerät, mit einem auf einem virtuellen Koordinatensystem basierenden, elektronischen Steuerungsprogramm eingesetzt wird und
- 15 - die Computer-Steuerung, insbesondere auf einem Impuls- und Zeilenprogramm basiert und auf virtuellen Koordinaten aufbaut, wobei die Koordinatenpunkte die flächigen Werbedesigns definieren.

Mit der Erfindung ist es erstmals möglich, die kompliziertesten Werbedesigns, durch den Einsatz von einem elektronischen Steuerungsprogramm für die Bepflanzung oder die Bearbeitung

20 der Rasenfläche zu einem Werbedesign, in einfachster Weise herzustellen. Ferner wird durch die Erfindung die Qualität, insbesondere bei einer Duplizierung, weit erhöht, wodurch für den Betrachter die Werbebotschaft rasch, bewusst oder unbewusst, erfassbar ist.

Ein weiterer Vorteil der Erfindung ist darin zu sehen, dass eine zusätzliche Werbefläche geschaffen wird, ohne einer Verunstaltung oder Verunreinigung bzw. Verschmutzung der Umwelt.

25 Eine derartige Werbefläche steht im Einklang mit der Natur.

Durch den Einsatz einer computergesteuerten, fahrbaren Gras- und Rasenbearbeitungsmaschine die mit einem auf einem virtuellen Koordinatensystem basierenden, elektronischen Steuerungsprogramm eingesetzt wird, ist eine rationelle Arbeitsweise möglich, wodurch die Herstellkosten minimiert und die Werbefläche maximal ausgenützt werden kann.

30 Die Computer-Steuerung basiert auf einem Impuls- und Zeilenprogramm und baut auf virtuellen Koordinaten auf. Mit dieser hochtechnologisierten Software sind in einfachster Weise die kompliziertesten Werbedesigns möglich.

Die Fläche für den visuellen Eindruck kann entsprechend der Gestaltung des Logos, Werbesymbols oder -schriftzuges mit unterschiedlicher Farbe versehen sein. Entsprechend der Sport- oder Spielart ist auch eine derartige Aufbringung der Werbebotschaft möglich. Je nach Zusammensetzung des Farbstoffes kann damit auch eine kurzfristige Werbelinie publikumswirksam vermarktet werden.

Natürlich kann die Fläche für den visuellen Eindruck entsprechend der Gestaltung des Logos, Werbesymbols oder -schriftzuges mit verschiedenen, durch Mähen erzielbaren Schnittarten oder

40 Schnittdesigns versehen werden. Diese Art der Gestaltung der Werbung ist für mittelfristige Strategien gedacht. Es ist durchaus denkbar, dass in einer Saison verschiedene Werbeaussagen von gegebenenfalls verschiedenen Sponsoren wirksam einem breiten Publikum unterbreitet werden. Diese Art der Ausführung ist sehr umweltschonend und sicherlich für den Akteur bzw. Spieler nicht spielestörend und auch nicht gesundheitsgefährdend. Die Schnittarten können mit einem computer-gesteuerten oder einem manuellgesteuerten Mähgerät durchgeführt werden. Ähnlich einer numerisch gesteuerten Maschine, ist das Muster mit einer entsprechenden Software für das Mähgerät herzustellen. Dies würde auch eine Duplizierung des Werbesymbols wesentlich erleichtern.

Nach einem weiteren Merkmal der Erfindung werden im elektronischen Steuerungsprogramm die Regeln und Vorgaben der Spielart und/oder der Sportverbände und/oder die Platzverhältnisse

50 berücksichtigt. Um dieses erfindungsgemäße Verfahren universell einsetzen zu können, sind derartige Vorarbeiten, die durchaus softwaremäßig in den Griff zu bekommen sind, von großem Vorteil.

Gemäß einer Weiterbildung der Erfindung werden im elektronischen Steuerungsprogramm die richtige Neigung einer Fernsehkamera und ihr richtiger Aufnahmewinkel in Bezug auf die Ebene

55 des Werbedesigns zwecks seiner Sichtbarmachung und Übertragung festgelegt. Dadurch kann

dem Zuschauer vor dem Fernsehschirm das Werbedesign in seiner tatsächlichen Ausführungsform, ohne Verzerrungen od. dgl., übermittelt werden.

Es ist also möglich, eine die Sportausübung nicht behindernde bzw. störende Werbung dem Zuseher, insbesondere dem vor dem Fernsehschirm, näher zu bringen, auf die weder die Fernsehgesellschaft, noch einzelne Spieler, direkten Einfluss nehmen können. So ist es der Fernsehgesellschaft oder ihrem Kameramann nicht möglich, beispielsweise ein Fußballspiel ohne Spielfeld zu übertragen. Vorgetäuschte Verletzungen an einem bestimmten Ort oder am Spielfeldrand werden künftig nicht simuliert, da sich der Werbeschriftzug oder das Werbesymbol auf das Spielfeld erstreckt. Dadurch leistet die Erfindung einen großen Beitrag zu einem interessanteren und vor allem schnelleren Spiel. Menschliche, auf den finanziellen Kommerz zurückzuführende, Schwächen können mit der Erfindung ausgeschaltet werden.

Es könnte auch der Bepflanzung der Fläche eine, für den Spieler unsichtbare, virtuelle Werbung überlagert werden. Derartige Werbungen sind ein weiterer Garant, dass dem verantwortlichen Werbefachmann eine ungeahnt breite Palette für die Verwirklichung seiner Kreativität zu Verfügung steht. Diese Art der Werbung wird vom Spieler und eventuell vom Zuschauer nicht störend empfunden, da man die Möglichkeit einer flexiblen Anwendung, beispielsweise in Spielunterbrechungen, nützen kann.

Diese virtuelle Werbung kann über computerunterstützte, interne und/oder externe Projektionen aus Lichtquellen durchgeführt werden. Derartige Projektionen können die Werbebotschaft in hervorragender Weise ergänzen. Auch die softwaremäßige Realisierung solcher Werbeinstrumente ist problemlos. Die Häufigkeit ihres Einsatzes sowie der erzielbare Erfolg sprechen für sich.

Nach einer Ausgestaltung der Erfindung werden biologisch veränderte, beispielsweise genmanipulierte, Pflanzen verwendet. Zwar ist es heute noch in einigen Ländern oder Landstrichen untersagt, derartige Pflanzen auszusetzen, jedoch betrifft dies vor allem Lebensmittelpflanzen. Diese Ausgestaltung hat aber den Vorteil, dass eine homogene Spielfläche zu Verfügung steht, die auch einheitlich gepflegt werden kann. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass durch diese Ausgestaltung eine langfristige Strategie durchgezogen werden kann. Ein Hauptsponsor, der sich beispielsweise auf die Erhaltung der Sportstätte konzentriert hat, kann damit seine Präsenz über einen langen Zeitraum bei jeder Veranstaltung dokumentieren.

Die Erfindung wird an Hand eines Ausführungsbeispiels, das in der Zeichnung dargestellt ist, näher erläutert.

Es zeigt:

Fig. 1 ein Spielfeld für Fußball mit einem integrierten Werbedesign.

Gemäß der Fig. ist ein Spielfeld 1 für ein Fußballspiel schematisch dargestellt, wobei dieses mit den Seitenlinien 2 begrenzt ist. Die Tore 3 sind angedeutet, ebenso die Mittelaufgabe 4. Im Abstand zum Spielfeld 1 ist die Fernsehkamera 5 aufgestellt, wobei diese natürlich das gesamte Spielfeld 1 in ihren Übertragungsbereich einbeziehen muß.

Das Spielfeld 1 ist eine mit überwiegend Naturrasen versehene Grünfläche. Zur Nutzung dieses Spielfeld 1 als Werbefläche, ist großflächig ein visuelles Werbedesign 6, beispielsweise ein Werbesymbol, vorgesehen. Um nun dieses Werbedesign 6 für das Publikum und vor allem für den Zuschauer vor dem Fernsehapparat zur Geltung zu bringen, erfolgt die Bepflanzung der Fläche die als Werbedesign 6 genützt wird, entweder mit Pflanzenarten, die sich vom Naturrasen visuell unterscheiden oder die Bepflanzung wird chemisch oder mechanisch verändert.

Für eine visuelle Unterscheidung können beispielsweise biologisch veränderte Pflanzen, insbesondere welche in deren Genstruktur technisch eingegriffen wurde, sorgen. Natürlich könnten auch die in der Werbedesignfläche angeordneten Pflanzen einen zum Naturrasen unterschiedlichen Wuchs oder eine andere Farbe aufweisen. Ebenso könnte eine andere Gattung Verwendung finden, die den Gesamteindruck nicht sonderlich stört. Für kurzzeitige Werbestrategien könnte aber auch nur die Werbedesignfläche mit einer sich vom Naturrasen unterscheidenden Farbe versehen werden.

Eine weitere Möglichkeit das Werbedesign 6 vom Rasen des Spielfeldes 1 visuell abzuheben, kann darin liegen, dass die Fläche des Werbedesigns 6 mit einer beim Mähen anderen eingesetzten Schnittart ausgeführt wird.

Da derart große Flächen, wie die eines Spielfeldes 1, mit einem selbstfahrenden Mähgerät

bearbeitet werden, kann dieses Mähgerät - Hardware - mit Software ausgestattet werden, so dass der Arbeitsvorgang des Mähens bzw. Schneidens weitgehendst automatisiert wird. Dabei können die Werbesymbole oder Werbeschriftzüge mit einem extravaganten Schnittdesign erzeugt werden. Die Steuerung des Mähgerätes erfolgt über einen Computer, wobei die Steuerung selbst auf einem Impuls- und Zeilenprogramm, aufbauend auf virtuellen Koordinaten, basiert. Dabei kann für die Höhen-, Winkel-, Seiten- und Tiefenschnittregelungen eine Senkrechtsteuerung zugrunde liegen.

Es ist aber auch durchaus möglich, dass zur Setzung von Pflanzen, die sich vom Naturrasen unterscheiden, Maschinen eingesetzt werden, die mit einem auf dem Koordinatensystem basierenden, elektronischen Steuerungsprogramm arbeiten. Als Koordinaten können die Seitenlinien 2 Verwendung finden. Natürlich ist es ebenso denkbar, dass die Seitenlinien 2 äquivalent zur Fläche des Werbedesigns 6 ausgestaltet werden.

Findet ein elektronisches Steuerungsprogramm Anwendung, so können die Regeln und Vorgaben der Spielart, der Sortverbände oder die Platzverhältnisse in der entsprechenden Software berücksichtigt werden. So ist es ohne weiteres durchführbar, dass bei einem Spielfeld 1 für American Football die Fläche des Werbedesigns 6 von den Distanzlinien durchbrochen wird, wobei die Distanzlinien wieder mit Naturrasen ausgeführt werden.

Im elektronischen Steuerungsprogramm kann auch der richtige Aufnahmewinkel der Fernsehkamera zur Fläche des Werbedesigns 6 berücksichtigt werden. Dabei kann es natürlich vorkommen, dass das als Werbedesign 6 dienende Logo für den am Veranstaltungsort anwesenden Zuschauer verzerrt ist. Eine derartige Verzerrung der Darstellung ist nur mit einer Computersteuerung erreichbar. Am Fernsehbild im Wohnzimmer ist dann das Logo in seiner tatsächlichen Ausführung zu betrachten.

Die Anordnung des Werbedesigns 6 am Spielfeld 1 obliegt natürlich einem gewissen Fingerspitzengefühl des dafür Verantwortlichen, kann aber prinzipiell überall auf entsprechend geeigneten Stellen erfolgen. Vorzugsweise soll das visuelle Werbedesign 6 bei Totalaufnahmen des Spielfeldes 1 oder zumindest einer Spielhälfte zur Geltung kommen.

Eine weitere Möglichkeit der Erweiterung des Werbegedankens wird darin zu sehen sein, dass der Spielfeldfläche oder auch nur der Fläche des Werbedesigns 6 eine virtuelle Werbung überlagert wird. Diese Art der Werbung ist für den Spieler nicht sichtbar, jedoch kann sie sehr wohl für den am Veranstaltungsort anwesenden Zuseher oder vor allem dem Fernsehzuschauer als Blickfang dienen. Eine derartige Werbung kann über computerunterstützte, interne und/oder auch externe Projektionen aus Lichtquellen verwirklicht werden.

Ferner ist durch dieses Verfahren der Vorteil gegeben, dass der künstlerischen Freiheit und der Kreativität in zweierlei Hinsicht Entfaltungsmöglichkeiten geboten werden. So kann ein mit Pflanzen befasster Künstler die Spielfläche gestalten und gegebenenfalls ein weiterer Künstler die bildnerische, computerunterstützte, virtuelle Werbung gestalten.

Abschließend sei der Ordnung halber darauf hingewiesen, dass in der Zeichnung einzelne Teile und Gruppen zum besseren Verständnis der Erfindung unpropotional und maßstäblich verzerrt dargestellt sind.

#### PATENTANSPRÜCHE:

1. Verfahren zur Nutzung von mit Rasen bepflanzbaren Grün-, Sport- oder Spielflächen (1), beispielsweise Fußball-, Landhockey-, Cricketfelder, Golfanlagen, od. dgl., als, gegebenenfalls mehrfarbige, Werbeflächen, gekennzeichnet durch die Kombination folgender an sich bekannter Maßnahmen:
  - dass die Bepflanzung der Rasenfläche für im Rasen vorgesehene Werbedesigns (6) in Form flächiger Logos, Zeichen, Symbole oder Schriftzüge
  - entweder durch unterschiedliche Rasensorten, insbesondere unterschiedlichen Alters, erfolgt oder die Bepflanzung mechanisch oder chemisch verändert wird, wobei
  - zu einer maschinellen Pflanzung oder für die mechanische oder chemische Veränderung der Pflanzen der Werbedesigns (6)
  - eine computergesteuerte, fahrbare Gras- und Rasenbearbeitungsmaschine, beispielsweise ein Mähgerät, mit einem auf einem virtuellen Koordinatensystem basierenden,

elektronischen Steuerungsprogramm eingesetzt wird und

- die Computer-Steuerung, insbesondere auf einem Impuls- und Zeilenprogramm basiert und auf virtuellen Koordinaten aufbaut, wobei die Koordinatenpunkte die flächigen Werbedesigns (6) definieren.

- 5
2. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass im elektronischen Steuerungsprogramm die Regeln und Vorgaben der Spielart und/oder der Sportverbände und/oder der Platzverhältnisse berücksichtigt werden.
  3. Verfahren nach Anspruch 1 oder 2, dadurch gekennzeichnet, dass im elektronischen Steuerungsprogramm die richtige Neigung einer Fernsehkamera (5) und ihr richtiger Aufnahmewinkel in Bezug auf die Ebene des Werbedesigns (6) zwecks seiner Sichtbarmachung und Übertragung festgelegt werden.
  - 10 4. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass biologisch veränderte, beispielsweise genmanipulierte, Pflanzen verwendet werden.

15

**HIEZU 1 BLATT ZEICHNUNG**

20

25

30

35

40

45

50

55

*Fig.*

