EUIPN
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY NETWORK

www.euipn.org

DE

# GEMEINSAME MITTEILUNG ÜBER DIE DARSTELLUNG NEUER MARKENFORMEN

1 EINLEITUNG ..... 3
2 ZIEL DER GEMEINSAMEN MITTEILUNG ..... 4
3 GLIEDERUNG DES DOKUMENTS ..... 4
4 VORGEHENSWEISE ..... 4
4.1 Begriffsbestimmungen und Darstellungsmittel für die verschiedenen Markenformen ..... 4
4.2 Zulässige elektronische Dateiformate für unkonventionelle Marken ..... 6
5 UMSETZUNGSSTAND ..... 7

# 1 Einleitung

Die Richtlinie (EU) 2015/2436 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2015 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (im Folgenden „neue Markenrichtlinie“ genannt) enthält Bestimmungen zur weiteren Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken sowohl in materieller als auch in verfahrenstechnischer Hinsicht. Gleichzeitig entspricht die neue Markenrichtlinie in den meisten materiellen Punkten den Bestimmungen der Unionsmarkenverordnung und legt einen ähnlichen Verfahrensrahmen fest. Mitgliedstaaten müssen innerhalb der in Artikel 54 Absatz 1 der neuen Markenrichtlinie angegebenen Fristen den Inhalt der neuen Markenrichtlinie durch entsprechende Anpassung ihrer nationalen Gesetzesvorschriften umsetzen.

Zu den wichtigsten mit den neuen Rechtsinstrumenten eingeführten Änderungen gehört, dass das Erfordernis der grafischen Darstellbarkeit sowohl bei der Unionsmarke, als auch bei nationalen Marken nicht mehr enthalten ist. Somit wird es möglich, neue Markenformen zuzulassen, die in bisher über nationale oder regionale Systeme nicht vorgesehenen Formaten eingereicht werden können. Darüber hinaus können dadurch bereits jetzt anerkannte Markenformen einfacher und mit größerer Genauigkeit wiedergegeben werden. Die neuen Markenformen und Darstellungsanforderungen sind in Artikel 3 der Durchführungsverordnung der UMV beschrieben worden. Die neue Markenrichtlinie enthält jedoch weder detaillierte Begriffsbestimmungen der Markenformen, noch werden darin spezifische Darstellungsanforderungen festgelegt. Es besteht daher die Gefahr, dass die Ämter aufgrund der Anwendung voneinander abweichender Begriffsbestimmungen und unterschiedlicher Darstellungsanforderungen unterschiedliche Marken(formen) akzeptieren.

Dieser Gefahr kann am besten dadurch vorgebeugt werden, dass sich die zuständigen Ämter für geistiges Eigentum in den einzelnen Mitgliedstaaten, das Benelux-Amt für geistiges Eigentum (im Folgenden zusammen „MS-Markenämter“ genannt) und das Amt der Europäischen Union für Geistiges Eigentum (EUIPO) freiwillig auf die Anwendung einheitlicher Standards verständigen. Sollte es zu keiner Verständigung kommen, so würden sich daraus Unstimmigkeiten ergeben, die aufgrund der abweichenden Rechtsinstrumente und den damit verbundenen rechtlichen Einschränkungen nicht durch gewöhnliche Konvergenzmaßnahmen beseitigt werden könnten. Es empfiehlt sich daher, dass sich die Mitgliedstaaten über gemeinsame Vorgehensweisen verständigen, bevor sie gesetzgeberisch tätig werden, um so die Harmonisierungsziele der Richtlinie zu unterstützen und die Schaffung eines harmonisierten Rechtsrahmens zu ermöglichen.

Um den Umsetzungsprozess zu erleichtern und die harmonisierende Wirkung der neuen Markenrichtlinie zu verstärken, arbeiten das EUIPO und die MS-Markenämter daran, sicherzustellen, dass die neuen Bestimmungen der UMV und der Markenrichtlinie im gesamten europäischen Netzwerk für geistiges Eigentum harmonisiert und einheitlich umgesetzt werden.

Die Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten der Europäischen Kommission und der EU-Mitgliedstaaten werden in dieser Mitteilung uneingeschränkt anerkannt. Dabei wird auch dem Umstand Rechnung getragen, dass die Umsetzung ein andauernder Prozess ist und die Mitgliedstaaten mit dem Entwurf und der Einführung nationaler Rechtsvorschriften unterschiedlich weit fortgeschritten sind. Dieses Dokument ist daher lediglich eine Zusammenstellung, die über das von den MS-Markenämtern erzielte Einvernehmen informieren soll und für den nationalen Gesetzgebungsprozess der Mitgliedstaaten keine rechtsverbindliche Wirkung hat. Zudem ist dieses Dokument auch nicht so zu verstehen und auszulegen, dass es spezifische Verpflichtungen der Mitgliedstaaten enthielte, durch die diese in ihrer Freiheit, im Rahmen der Bestimmungen der neuen Markenrichtlinie ihre eigenen Entscheidungen zu treffen, eingeschränkt würden.

Es ist vorgesehen, die gemeinsame Mitteilung regelmäßig zu aktualisieren, um den sich noch entwickelnden Standpunkten der Mitgliedstaaten sowohl vor als auch nach der Umsetzung der neuen

Markenrichtlinie in ihre nationale Gesetzgebung gerecht zu werden.

## 2 Ziel der gemeinsamen Mitteilung

In diesem Dokument wird die Vorgehensweise beschrieben, die das EUIPO und die MS-Markenämter in Bezug auf die Begriffsbestimmungen und Darstellungsanforderungen für neue Markenformen, die sich aus dem Wegfall des Erfordernisses der grafischen Wiedergabe ergeben, verfolgen bzw. verfolgen könnten. Dabei wird berücksichtigt, dass sich der Umsetzungsprozess noch in der Anfangsphase befindet und dass für die Umsetzung Absprachen und Zustimmungen auf nationaler Ebene erforderlich sein können.

Mit diesem Dokument werden strukturierte Informationen transparent zur Verfügung gestellt, um so jedem betroffenen Amt eine dem Gesetzgebungsverfahren vorangehende Angleichung der Markenformen, ihrer Definitionen und Darstellungsmittel zu ermöglichen. Damit wird zu einer möglichst harmonisierten Umsetzung der neuen Markenrichtlinie beigetragen, um den Nutzern ein höheres Maß an Rechtssicherheit, Planbarkeit und Zugänglichkeit bieten zu können.

## 3 Gliederung des Dokuments

Dieses Dokument bezieht sich auf zwei verschiedene materielle Fragestellungen:

(i) Begriffsbestimmungen und Darstellungsmittel für die verschiedenen Markenformen
(ii) Zulässige elektronische Dateiformate für unkonventionelle Marken

Dementsprechend werden in diesem Dokument die Vorgehensweise und der Umsetzungsstand in Bezug auf diese beiden Fragestellungen separat dargestellt. In Abschnitt 4.1 wird die aktuelle Situation in Bezug auf die Begriffsbestimmungen und Darstellungsmittel für die verschiedenen Markenformen näher beschrieben und Abschnitt 4.2 enthält Informationen über zulässige elektronische Dateiformate für unkonventionelle Marken. Kapitel 5 gibt einen Überblick über den derzeitigen Umsetzungsstand in den Mitgliedstaaten bezüglich der Anerkennung der verschiedenen Markenformen, der verwendeten Begriffsbestimmungen und der zulässigen Dateiformate.

## 4 Vorgehensweise

### 4.1 Begriffsbestimmungen und Darstellungsmittel für die verschiedenen Markenformen

Die folgende Tabelle ist eine Zusammenstellung der Begriffsbestimmungen und Darstellungsmittel für die verschiedenen Markenformen. Sie nimmt auf die in Artikel 3 der Durchführungsverordnung aufgeführten Begriffsbestimmungen und Darstellungsmittel Bezug. Die letzten vier Markenformen in der Tabelle sind unkonventionelle Marken (Klang-, Bewegungs-, Multimedia- und Hologramm-Marken).

Tabelle 1: Begriffsbestimmungen und Darstellungsmittel für die in Artikel 3 der Durchführungsverordnung aufgeführten Markenformen

| Markenart | Begriffsbestimmung | Darstellungsmittel |
|---|---|---|
| Wortmarke | Eine ausschließlich aus Wörtern oder Buchstaben, Ziffern, aus anderen der Standardschrift | Die Marke muss durch Vorlage einer Darstellung des Zeichens in normaler Schrift und normalem Layout ohne grafische |

| | | |
|---|---|---|
| | entnommenen Schriftzeichen oder einer Kombination davon bestehende Marke. | Darstellung und/oder Farbe dargestellt werden. |
| Bildmarke | Eine Marke, bei der nicht standardisierte Schriftzeichen, Stilisierungen oder ein besonderes Zeichenlayout oder ein grafisches Merkmal oder eine Farbe verwendet werden. Dazu gehören auch Marken, die ausschließlich aus Bildelementen oder aus einer Kombination von Wort- und Bildelmenten bestehen. | Eine Bildmarke muss durch Vorlage einer Darstellung des Zeichens, dessen Eintragung beantragt wird, dargestellt werden, das alle Elemente sowie, wo erforderlich, Farben zeigt. |
| Formmarke | Eine Marke, die aus einer dreidimensionalen Form besteht bzw. sich darauf erstreckt. Dazu gehören auch Behälter, Verpackungen, das Produkt selbst oder dessen Gestaltung. | Eine Formmarke muss entweder durch Vorlage einer grafischen Darstellung der Form, einschließlich computergenerierter Bilder, oder eine fotografischen Abbildung wiedergegeben werden. Die grafische oder fotografische Darstellung kann unterschiedliche Ansichten enthalten. |
| Positionsmarke | Eine Marke, die aus der besonderen Platzierung oder Anbringung der Marke auf dem Produkt besteht. | Eine Positionsmarke muss durch Vorlage einer Darstellung wiedergegeben werden, in der die Positionierung der Marke und die Größe oder Proportion in Bezug auf die betreffenden Waren angemessen identifiziert werden. Die Elemente, die nicht Teil des Gegenstands der Eintragung sind, sind vorzugsweise durch unterbrochene oder gestrichelte Linien visuell auszuschließen. Die Wiedergabe kann von einer Beschreibung begleitet werden, die die Einzelheiten zur Anbringung des Zeichens auf den Waren enthält.. |
| Mustermarke | Eine Marke, die ausschließlich aus einer Reihe von Elementen besteht, die regelmäßig wiederholt werden. | Eine Mustermarke muss durch eine Darstellung des Wiederholungsmusters wiedergegeben werden. Die Wiedergabe kann von einer Beschreibung begleitet werden, die die Einzelheiten zur regelmäßigen Wiederholung der Elemente enthält. |
| Farbmarke | Eine Marke, die i) ausschließlich aus einer einzigen Farbe ohne Umrisse oder ii) ausschließlich aus einer Farbenkombination ohne Umrisse besteht. | Die Marke muss durch Vorlage i) einer Darstellung der Farbe und einem Hinweis auf diese Farbe unter Bezugnahme auf einen allgemein anerkannten Farbcode oder ii) einer Darstellung, die die systematische Anordnung der Farbenkombination in einer einheitlichen und vorgegebenen Weise zeigt, und einer Angabe der Farben unter Bezugnahme auf einen allgemein anerkannten Farbcode wiedergegeben werden. Eine Beschreibung der systematischen Anordnung der Farben kann ebenfalls vorgelegt werden. |
| Klangmarke | Eine Marke, die ausschließlich aus | Die Marke muss durch Vorlage einer Tondatei, |

| | | |
|---|---|---|
| | einem Klang oder einer Kombination von Klängen besteht. | die den Klang reproduziert, oder durch eine genaue Wiedergabe des Klanges in Notenschrift wiedergegeben werden. |
| Bewegungsmarke | Eine Marke, die aus einer Bewegung oder einer Positionsänderung der Elemente der Marke besteht oder sich darauf erstreckt. | Die Marke muss durch Vorlage einer Videodatei oder einer Serie von aufeinanderfolgenden Standbildern wiedergegeben werden, die die Bewegung oder die Positionsänderung zeigen. Werden Standbilder verwendet, so können diese nummeriert werden oder durch eine Beschreibung ergänzt werden, in der die Sequenz erläutert wird. |
| Multimedia-Marke | Eine Marke, die aus einer Kombination von Bild und Ton besteht oder sich darauf erstreckt. | Die Marke muss durch Vorlage einer Ton-Bild-Datei wiedergegeben werden, die die Kombination des Bildes und des Tons enthält. |
| Hologramm-Marke | Eine Marke, die aus Elementen mit holografischen Merkmalen besteht. | Die Marke muss durch Vorlage einer Videodatei oder eine grafische oder fotografische Darstellung wiedergegeben werden mit den Ansichten, die erforderlich sind, um den Hologrammeffekt in vollem Umfang darzustellen. |
| Sonstige Marke | Eine Marke, die in keine der vorgenannten Markenformen fällt. | Die Marke muss in einer angemessenen Form unter Verwendung allgemein zugänglicher Technologie wiedergegeben werden, soweit die Wiedergabe im Register eindeutig, präzise, abgeschlossen, leicht zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv dargestellt werden kann, damit die zuständigen Behörden und die Öffentlichkeit in die Lage versetzt werden, klar und präzise festzustellen, für welchen Gegenstand dem Markeninhaber Schutz gewährt wird. Der Darstellung kann eine Beschreibung hinzugefügt werden. |

## 4.2 Zulässige elektronische Dateiformate für unkonventionelle Marken

Die MS-Markenämter beabsichtigen, die in der unten stehenden Tabelle 2 aufgeführten elektronischen Dateiformate zur Anmeldung zuzulassen. Die Tabelle zeigt, welche Dateiformate man beabsichtigt, für die einzelnen unkonventionellen Markenformen als zulässig vorzusehen.
Dieses Konzept, das als „Monoformat“-Konzept bezeichnet werden kann, beruht auf den Grundsätzen niedrigerer Einrichtungs- und Pflegekosten sowie einer besseren Kompatibilität der Systeme untereinander bei der Durchführung von Suchen, z. B. in TMview.
Tabelle 2: Als zulässig vorgesehene elektronische Dateiformate für unkonventionelle Marken – Monoformat-Konzept

| **Markenart** | **Elektronisches Dateiformat** |
|---|---|
| Klangmarke | JPEG |
| | MP3 |
| Bewegungsmarke | JPEG |
| | MP4 |
| Multimedia-Marke | MP4 |

| | |
|---|---|
| Hologramm-Marke | JPEG |
| | MP4 |

Die Anerkennung dieses Monoformat-Konzeptes schließt nicht aus, andere Formate für die Eintragung dieser Markenformenzuzulassen. Diese zusätzlichen elektronischen Formate sind in Tabelle 6 dieses Dokuments weiter unten aufgeführt.

## 5 Umsetzungsstand

Die folgenden Tabellen 3 bis 6 enthalten eine Übersicht der aktuellen Pläne der Ämter im Hinblick auf die Anerkennung der verschiedenen Markenformen, ihrer Begriffsbestimmungen und der zulässigen elektronischen Dateiformate.

Tabelle 3: Markenformen, die anerkannt warden

Diese Tabelle enthält Markenformen, die in Zukunft von den MS-Markenämtern anerkannt werden. Die Spalte „Zusätzliche Markenformen“ enthält bestimmte zusätzliche Markenformen, die ausdrücklich von den MS-Ämtern anerkannt werden. Die Spalte „Sonstige Marken“ enthält Marken, die im Sinne von Artikel 3 Absatz 4 der Durchführungsverordnung keiner anderen aufgeführten Markenart zugeordnet werden können, sofern diese die verbindlichen Anforderungen erfüllen.

| **Umsetzung der Anerkennung der verschiedenen Markenformen** | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Amt** | **Umsetzungsdatum** | **Das MS-Markenamt wird die folgenden Markenformen *anerkennen*:** | | | | | | | | | | | |
| | | **Wortmarke** | **Bildmarke** | **Formmarke** | **Positionsmarke** | **Mustermarke** | **Farbmarke** | **Klangmarke** | **Bewegungsmarke** | **Multimedia-marke** | **Hologramm-marke** | **Zusätzliche Markenformen** | **„Sonstige Marken“** |
| AT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| BG | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X(1) | ✓ |
| BX | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| CY | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| CZ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| DE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X(3) | ✓ |
| DK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| EE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| ES | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| EUIPO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| FI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X(1) | ✓ |
| FR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| GR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| HR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| HU | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X(2) | ✓ |
| IE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| IT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| LV | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| LT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| MT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ☑ | ✓ |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PL | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X(1) | ✓ |
| PT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X(1) | ✓ |
| RO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| SE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| SI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| SK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| UK | | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ✓ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | k. A | ✓ |

| | |
|---|---|
| ✓ | Das MS-Markenamt wird diese Markenform anerkennen |
| ⊘ | Diese Markenform ist in den aktuellen Vorschriften des MS-Markenamtes zwar nicht eigens erwähnt, die Eintragung ist jedoch als „Sonstige Marke“ möglich. |
| k. A. | Keine Angabe |

(1) = Alle sonstigen Markenformen, die es aufgrund technologischer Entwicklungen zukünftig geben könnte, sofern diese die verbindlichen Anforderungen erfüllen.

(2) = Schlagwörter oder Sprüche und Lichtsignale, die Unterscheidungskraft aufweisen.

(3) = Kennfadenmarken werden auch anerkannt

Tabelle 4: Begriffsbestimmungen der verschiedenen Markenformen

| **Umsetzung der Begriffsbestimmungen, die in Artikel 3 des Entwurfs der Durchführungsverordnung enthalten sind** | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Amt** | **Umsetzungsdatum** | **Das MS-Markenamt *übernimmt die Begriffsbestimmungen*, die in Artikel 3 des Entwurfs der Durchführungsverordnung für die folgenden Markenformen angegeben sind (Tabelle 1):** | | | | | | | | | |
| | | **Wortmarke** | **Bildmarke** | **Formmarke** | **Positionsmarke** | **Mustermarke** | **Farbmarke** | **Klangmarke** | **Bewegungsmarke** | **Multimediamarke** | **Hologrammmarke** |
| AT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BG | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BX | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CY | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CZ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ES | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EUIPO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| FR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| GR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HU | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| IT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LV | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| MT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PL | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| RO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| UK(*) | | k. A. | k. A. | k. A. | k. A. | k. A. | k. A. | k. A. | k. A. | k. A. | k. A. |

| | |
|---|---|
| ✓ | Das MS-Markenamt wird diese Markenform anerkennen |
| k. A. | Keine Angabe |

(*) = Das Vereinigte Königreich versteht Markenformen als ein administratives Hilfsmittel und sieht eine Begriffsbestimmung der Markenformen an sich nicht vor.

Tabelle 5: Zulässige elektronische Dateiformate für unkonventionelle Marken

| **Umsetzung des „Monoformat"-Konzeptes für unkonventionelle Marken** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Amt** | **Umsetzungsdatum** | **Für die unten genannten Markenformen werden von dem MS-Markenamt jeweils die gemäß Tabelle 2 *in dem „Monoformat"-Konzept angegebenen elektronischen Dateiformate akzeptiert*:** | | | |
| | | **Klangmarke** | **Bewegungsmarke** | **Multimedia-marke** | **Hologramm-marke** |
| AT(*) | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BG | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BX | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CY | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CZ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ES | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EUIPO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| GR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HU(*) | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| IE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| IT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LV(*) | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| MT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PL | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| RO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| UK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

(*) = Wird die vorgeschlagenen Formate übernehmen, aber auch zusätzliche Formate akzeptieren. Diese sind in der nachfolgenden Tabelle 6 aufgeführt.

Tabelle 6: Zusätzlich zulässige elektronische Dateiformate

| **Zusätzliche elektronische Dateiformate, die für die jeweilige unkonventionelle Markenart zulässig sind** | | |
|---|---|---|
| **Markenart** | **Format** | **Akzeptierendes Amt** |
| **Klangmarke** | PNG | HU, LV, ES |
| | TIF, TIFF | HU, LV, ES |
| | WAV | AT, HU, LV, RO |
| | WMA | LV |
| | M4A | LV |
| | BMP | LV, ES |
| | GIF | ES, RO |
| | OGG | PT |
| | MPEG | RO |
| | MP3 | HU |
| **Bewegungsmarke** | MP4 | HU |
| | MPG, MPEG | HU, LV |
| | PNG | HU, LV, ES |
| | TIF, TIFF | HU, LV, ES |
| | WMV | LV |
| | MKV | LV |
| | MOV | LV |
| | M4V | LV |
| | AVI | LV |
| | BMP | LV, ES |
| | OGG | PT |
| | GIF | ES, RO |
| **Multimedia - Marke** | MP4 | HU |
| | MPG, MPEG | HU, LV |
| | MOV | LV |
| | JPG | LV |
| | AVI | LV |
| | WMV | LV |
| | MKV | LV |
| | OGG | PT |
| | M4V | LV |
| **Hologramm-Marke** | MP4 | HU |
| | MPG, MPEG | HU |
| | PNG | HU, LV, ES |
| | TIF, TIFF | HU, LV, ES |
| | BMP | LV, ES |
| | OGG | PT |

| | | |
|---|---|---|
| | GIF | ES, RO |

Die Anerkennung der in Tabelle 5 und 6 aufgeführten elektronischen Dateiformate durch die MS-Markenämter als zulässige Formate gilt unbeschadet der zukünftigen Zulässigkeit etwaiger anderer Formate, die sich zum Beispiel aufgrund technologischer Entwicklungen ergeben könnten.

Eine vollständige Übersicht der von den einzelnen Ämtern akzeptierten elektronischen Dateiformate für alle Markenformen ist hier abrufbar.