

# Patente und Marken beim Unternehmenskauf

Sofitel München, 14. November 2013

**Axel Stellbrink**

Unternehmensberater

**Dr. Alexander González**

Rechtsanwalt,  
Fachanwalt für gewerblichen  
Rechtsschutz

**Dr. Jochen Ettinger**

Rechtsanwalt, Steuerberater,  
Fachanwalt für Steuerrecht

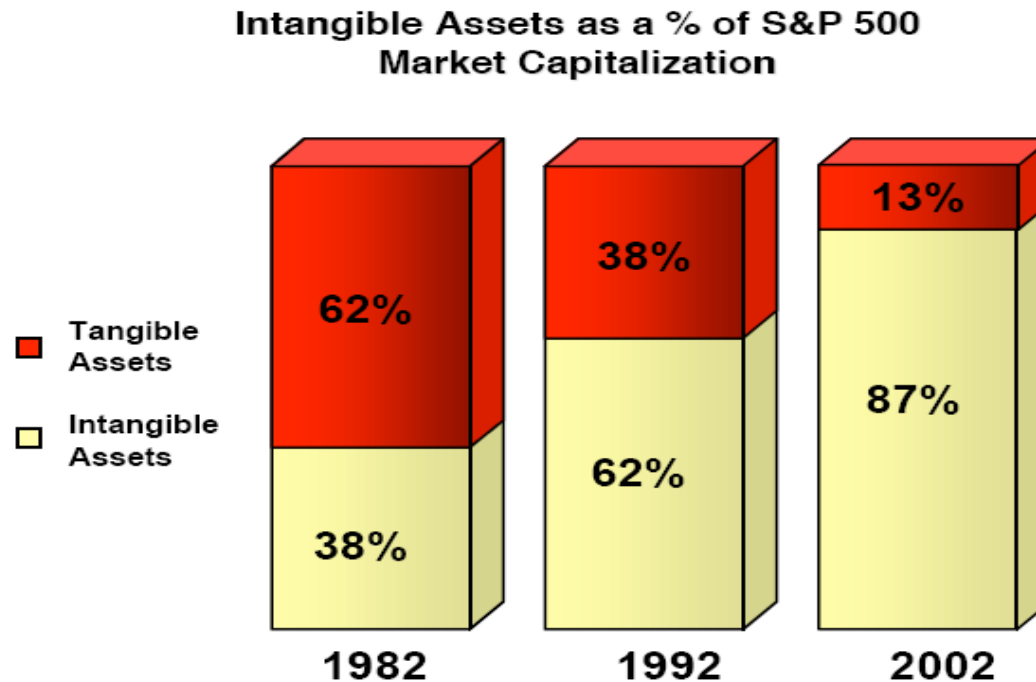
# **Phase 1**

## **Auswahl und erste Bewertung eines Technologie-Unternehmens**

Phase 1 Auswahl und erste Bewertung



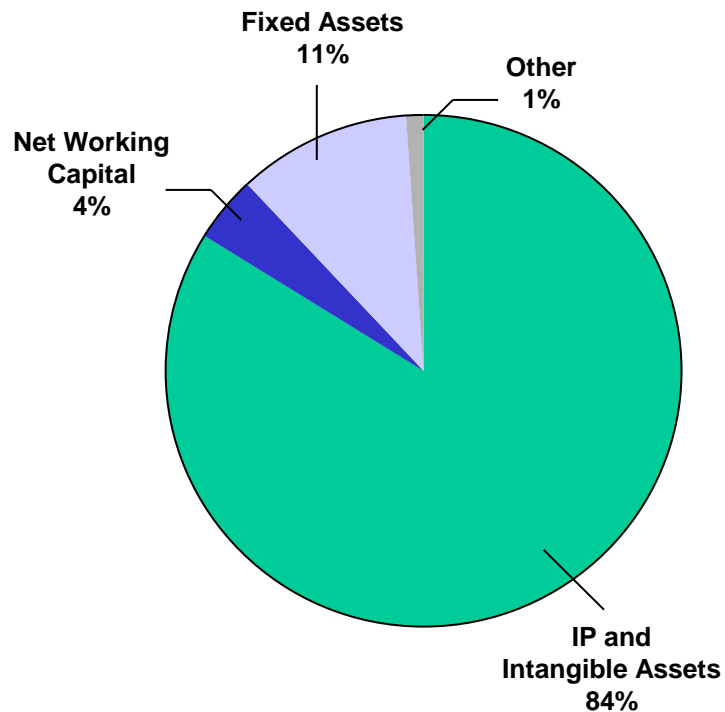
## Bedeutung von Immaterialgüter-Rechten (Intangible Assets)



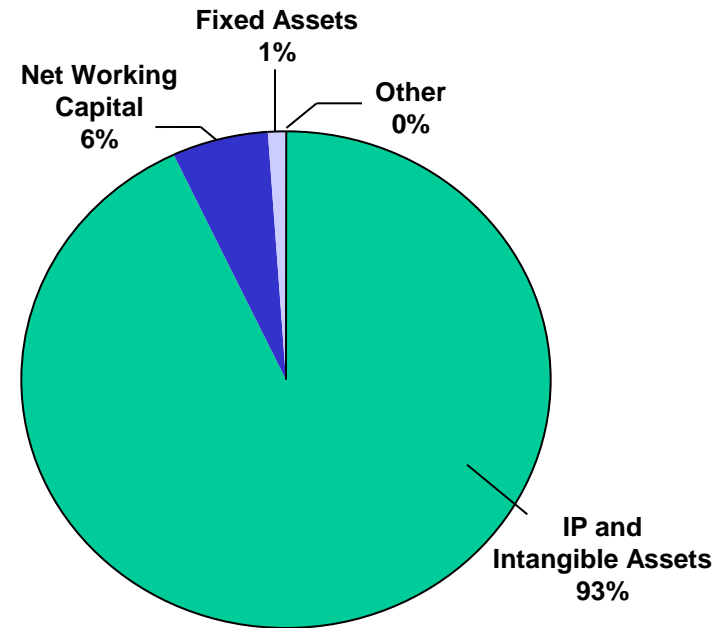
Source: Brookings Institute

## Wertanteile von Intangible Assets

### Procter and Gamble

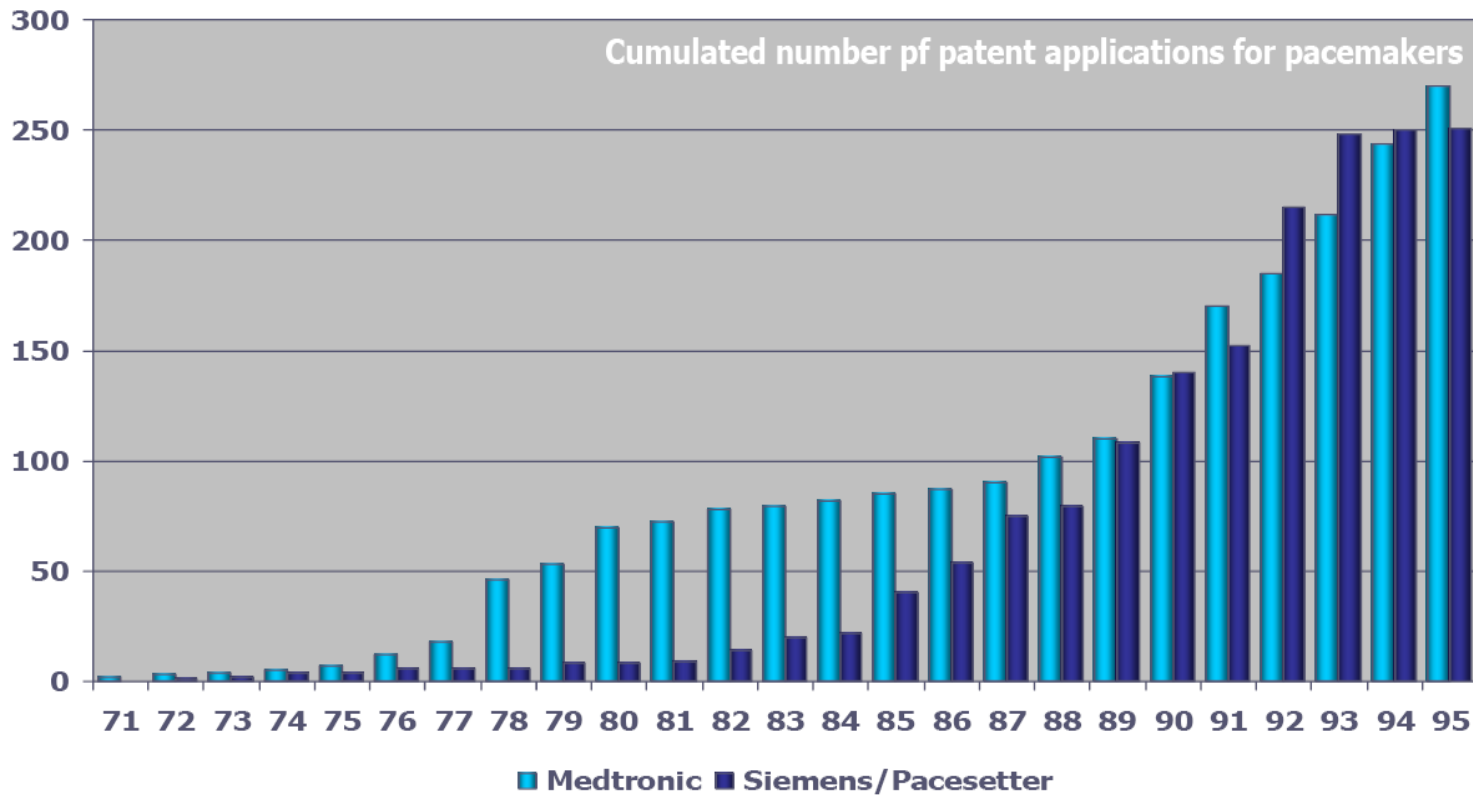


### Amazon



Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

## IP als Strategie-Waffe



Siemens AG paid Medtronic Inc. 75 million US \$  
 to settle patent litigation over pacemakers  
 ... and **lost the business**

Phase 1 Auswahl und erste Bewertung



Phase 1 Auswahl und erste Bewertung





## Proaktive Herangehensweise

### Innovations- und IP-Strategie-Beratung

- Technologie- Analysen
- Qualitative Markt- & Wettbewerbsanalysen
- Daten-Erhebungen, -Analysen & Auswertung
- Technische- und Markttrendanalysen
- Innovations-Strategien (z.B. Open Innovation Ansatz)
- Praxisnahe Innovationsmethoden (Human Centered Innovation Ansatz, Osterwalder, Rapid Prototyping u.a.)
- IP-Strategien (z.B. Open IP)



### Nachfolgende Tätigkeiten

- Erfindung
- Meldung
- Inanspruchnahme
- IP-Anmeldung
- IP-Familie
- Durchsetzung
- ...

## Benchmarking

### Services

- Produkt-Portfolien analysieren und bewerten
- Innovationskräfte analysieren und bewerten
- Trends zuverlässig vorhersagen
- Ermitteln und Analysieren von
  - Technologie-Gebern
  - Kooperationspartnern
  - M&A-Kandidaten
  - Prozess-Risiken

### Kundenvorteile

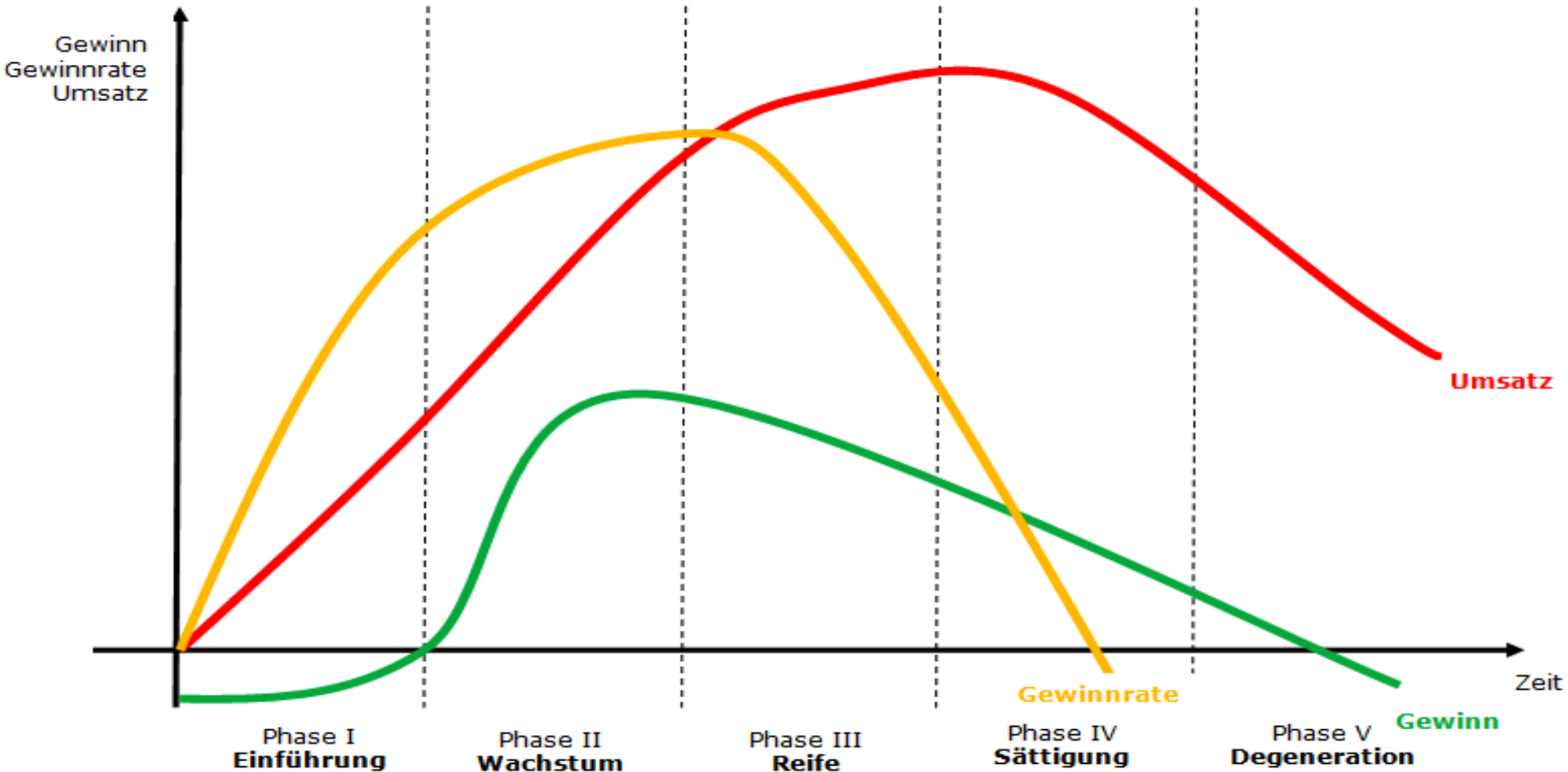
- Belebung der F&E- und Innovationskräfte
- Absicherung existenter und zukünftiger Märkte
- Zyklen-Verlängerungen
- Ertragssteigerungen
- Kosten-Ersparnisse
  - F&E
  - Ausgaben für IP-Portfolio
- Verminderung von
  - Rechtsrisiken
  - Kostenrisiken

## IP Due Dilligence umfasst:

- IP-Liste (besser Matrix mit Korrelation IP/Produkte)
- Status Quo des IP
  - Inhaberschaft
  - Rechts-Status (IP-Familien-Teile, Jahresgebühren, Streitigkeiten)
  - Überprüfung existenter Rechercheberichte bei Anmeldungen
  - (eigene Recherchen + Validitätsbeurteilungen)
- F-t-o (Freedom-to-operate)
  - (eigene Recherchen)
  - Vorbekannte Analysen (+ eigene Analysen)
  - Risiken-Bewertung (Kosten, Umgehungsmöglichkeiten,...)
- (Bewertung IP)
- (Bewertung der Märkte, des Umfeldes)
- (Benchmarking)


Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

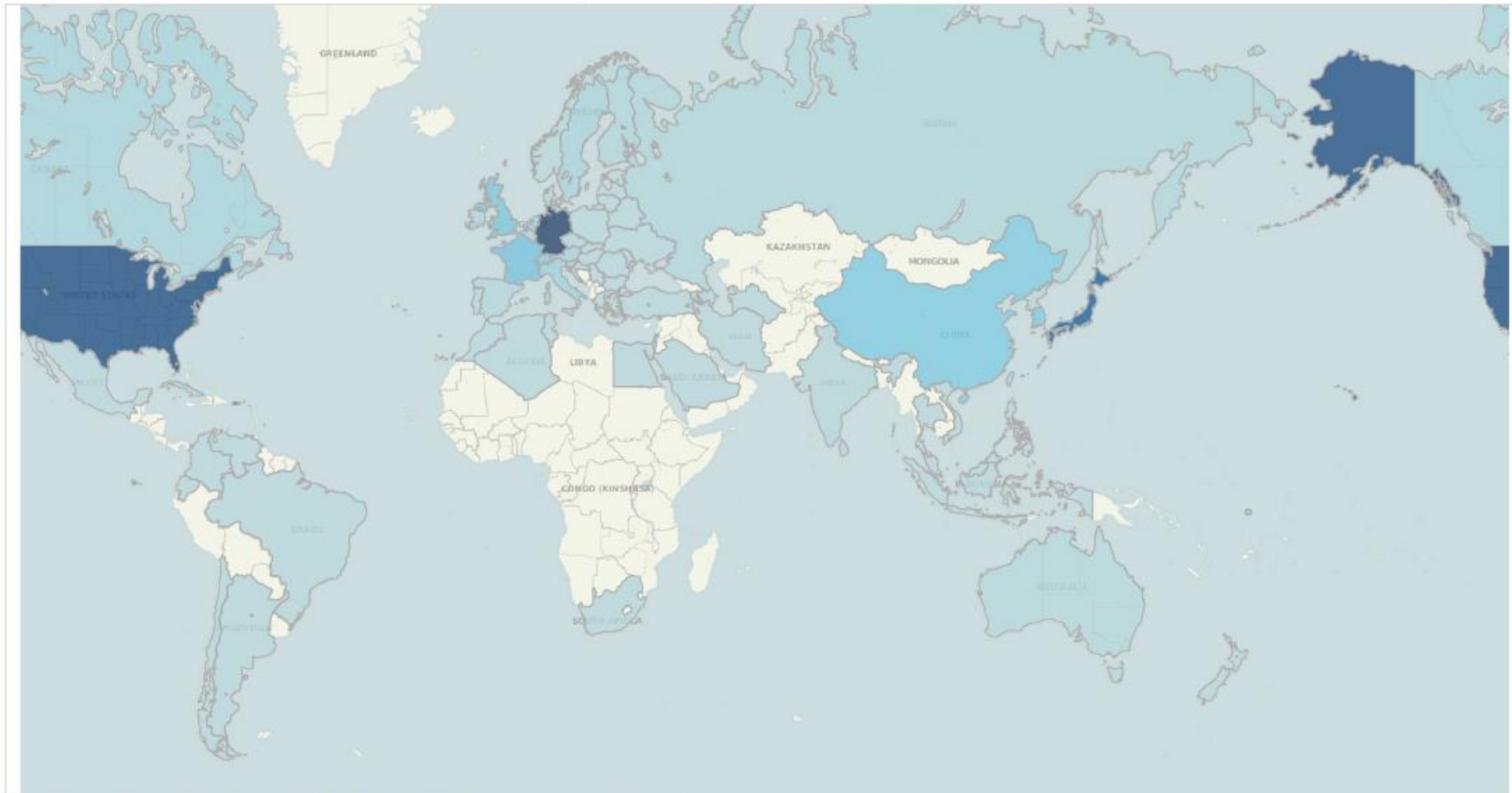
# Produkt-Phasen



Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Anmeldeländer

Anzahl der Datensätze  
 1 9.906

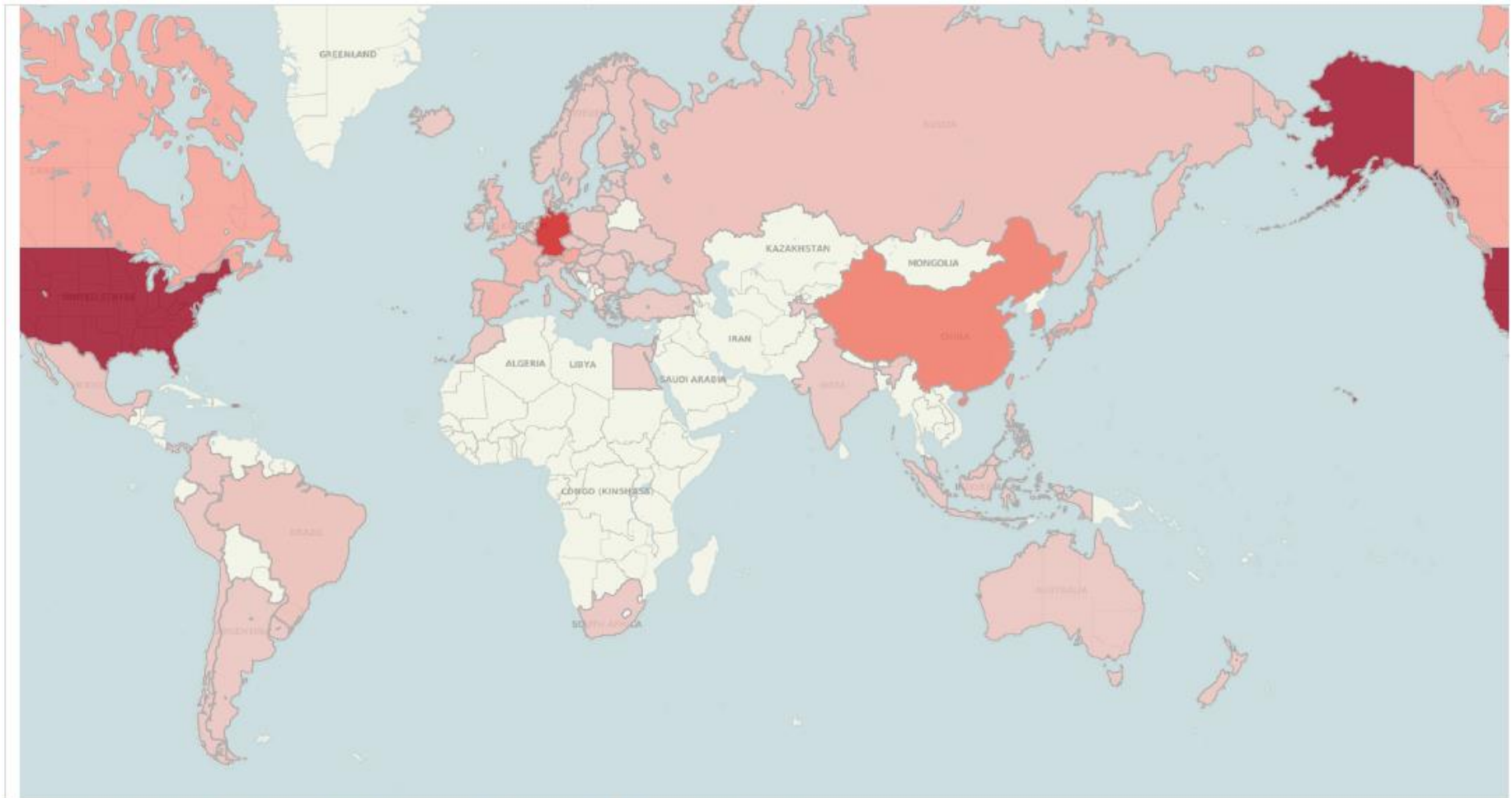


Karte basiert auf Längengrad (generiert) und Breitengrad (generiert). Farbe zeigt Summe von Anzahl der Datensätze an. Details werden für Country\_Anmelder angezeigt.

Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Anmeldeländer / Märkte

Anzahl der Datensätze  
1 10.975



LEI JUN

# Der chinesische Steve Jobs

## Ein Unternehmer kopiert Apple - und hat mit Xiaomi Erfolg.

**Finn Mayer-Kuckuk**  
Peking

Die Ankündigungen klangen groß-wahnsinnig - doch die Zahlen sind tatsächlich spektakulär. Im zweiten Jahr seines Bestehens steuert der chinesische Handyhersteller Xiaomi auf eine Verdoppelung des Umsatzes zu, und zwar in der Dimension mehrerer Milliarden. Gründer Lei Jun gibt sich dennoch locker und cool - so, wie sein größtes Vorbild Steve Jobs es gemacht hätte. „Das Ergebnis ist gar nicht mal schlecht“, sagte der chinesische Entrepreneur am Dienstag bei der Vorstellung der Halbjahreszahlen seiner Firma.

Das Unternehmen soll einmal so werden wie Apple - und auch wenn der Abstand noch groß ist, so gibt ihm das Wachstum recht. Im ersten Halbjahr hat Xiaomi seinen Umsatz im Vergleich zu 2012 um rund 200 Prozent gesteigert - auf 1,7 Milliarden Euro. Sieben Millionen Handys hat das Unternehmen in dieser Zeit verkauft. Das Verblüffende daran: Im Jahr 2011 gab es Xiaomi noch gar nicht.

Leis Held ist Steve Jobs. Als junger Student hat er schon 1987 eine Biografie des inzwischen verstorbenen Apple-Gründers gelesen. Lei war damals ein Träumer - und steigerte sich in glühende Verehrung

des US-Unternehmers hinein. „Auch später hatte er noch eine Neigung zu Gelehrsamkeit und Theorien“, sagt Liu Xiaohui, ein Mitarbeiter Leis auf seinen Karrierestationen bei dem Softwareanbieter Kingsoft.

Lei ist einer, der seine Träume der Realität aufzwingen kann - auch wenn er oft groß-wahnsinnig klingt. Zu den Zielen des 43-jährigen gehört es, Apple in Zukunft sogar zu überholen. „Es mag verrückt klingen, aber warum sollte ich nicht hoch zielen?“ fragt Lei.



**Unternehmer Lei Jun:** Glühender Verehrer von Steve Jobs.

Tatsächlich ist Apple immer noch hundertmal größer als Xiaomi.

Doch Lei glaubt trotz allem fest daran, in die Liga von Apple und Samsung zu gehören. Bis 2016 wolle er pro Modell weltweit mehr als 100 Millionen Stück absetzen, sagte er. Inzwischen emanzipiert er sich etwas von der Apple-Manie. „Ich habe nie platt Steve Jobs nachgeahmt“, beteuert er heute. „Wer einfach nur imitiert, hat keine Zukunft.“ Bei seinen jüngeren Auftritten ist er in einem konservativen Hemd und Anzugshose erschienen - und auch die Frisur wirkte chinesischer.

Aber Lei wäre nicht Lei, wenn er nicht darauf bestünde, dass seine Produkte nun sogar schon besser sind als die von Apple. „Der erste Unterschied besteht darin, dass wir auf die Meinung der Kunden hören, während Apple abgehoben sein Ding durchzieht“, erklärt Lei. Den zweiten Unterschied sieht er in der Offenheit des Systems und der Verfügbarkeit von Apps.

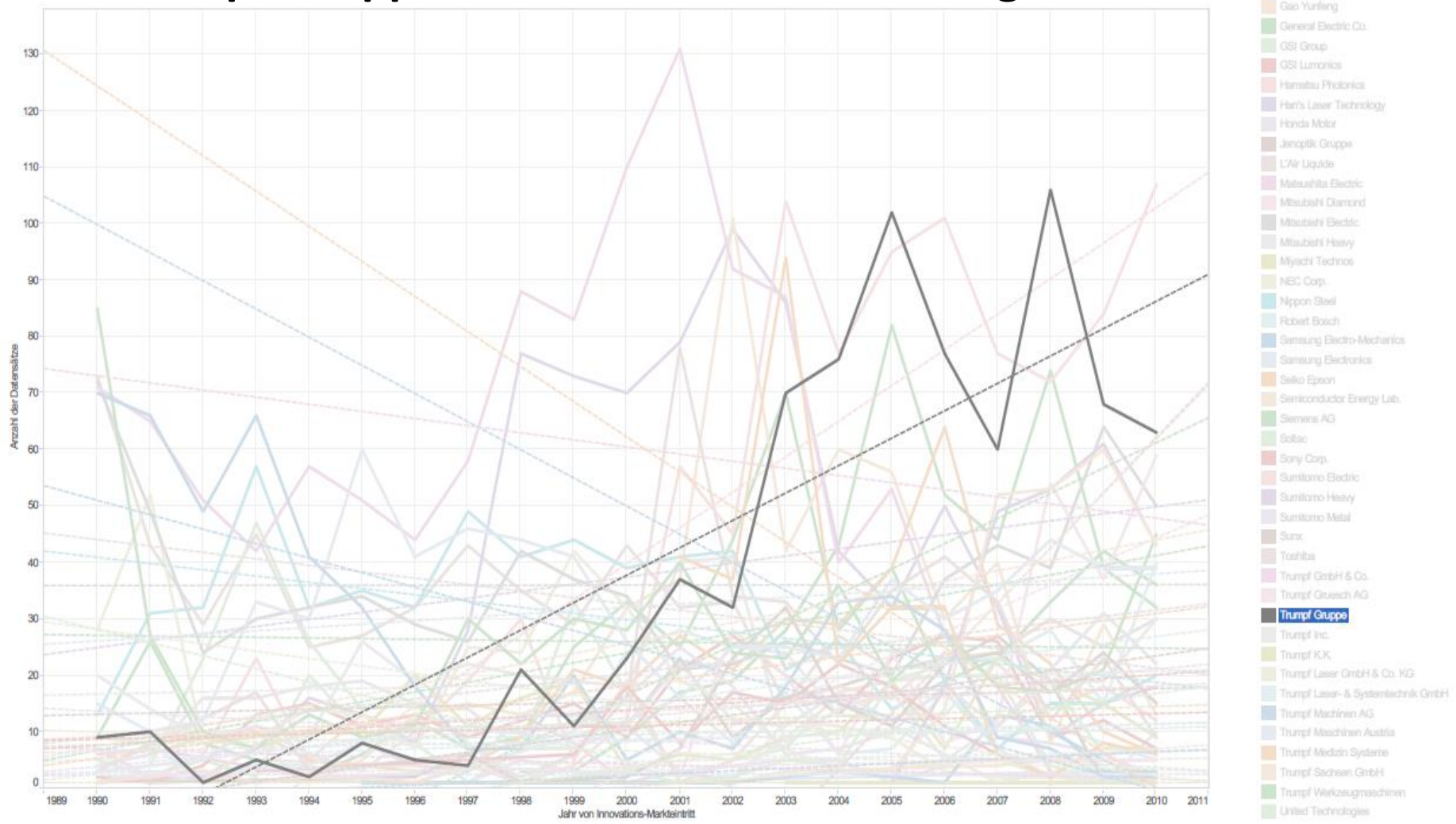
Insgesamt, da sind sich seine Feinde einig, sei Lei vom Charakter her das Gegenteil von Jobs. Wo der ein Idealist war, giere Lei nach Ruhm und Profit. Den stören die Anwürfe jedoch nur wenig. „Unsere Leistungen bei Xiaomi sind real“, sagt er. Nur bei der Begründung für seinen Erfolg gibt er sich bescheiden: „Wir hatten einfach Glück.“





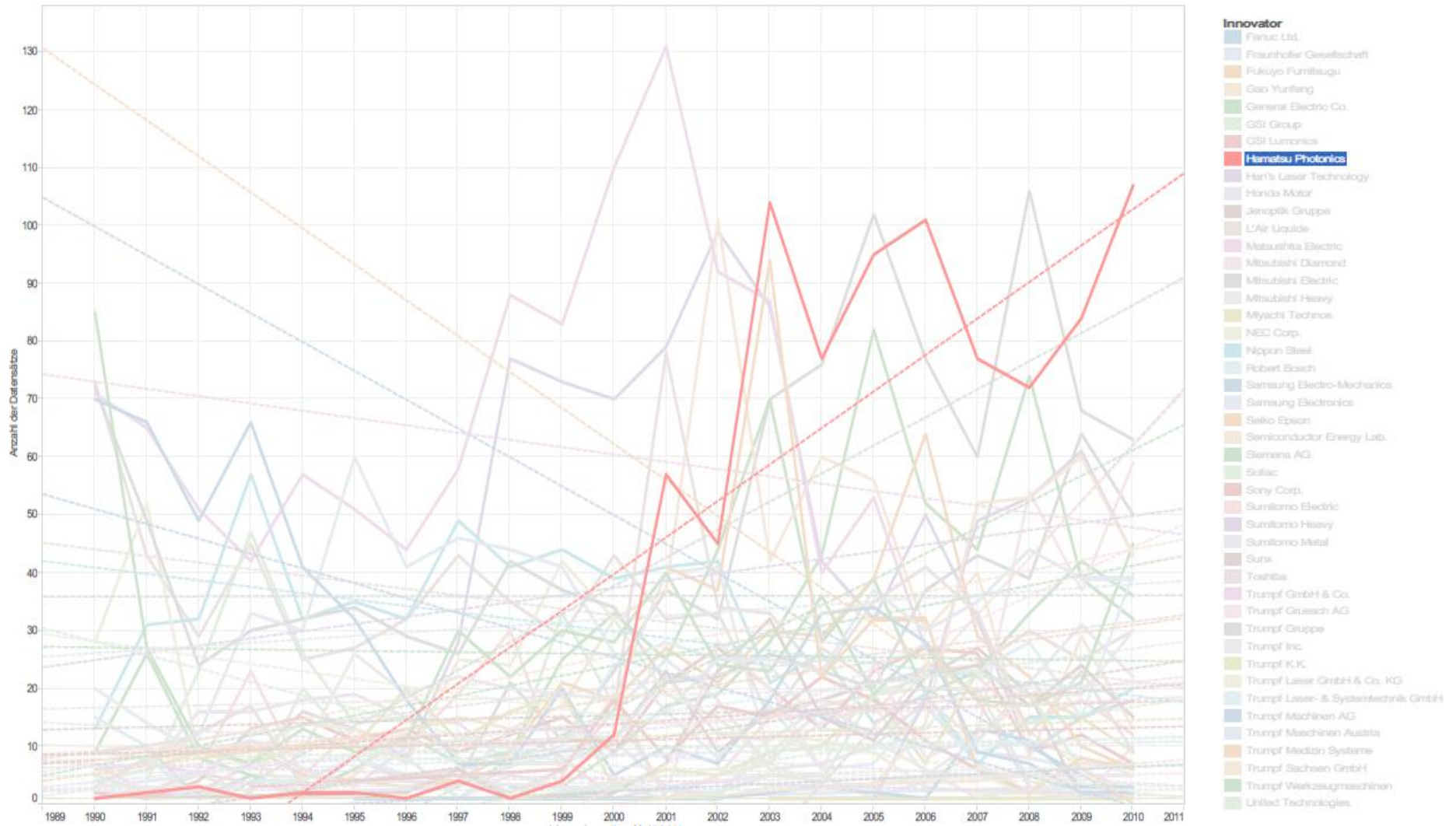
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Trumpf-Gruppe Innovations-Globalisierungstrend



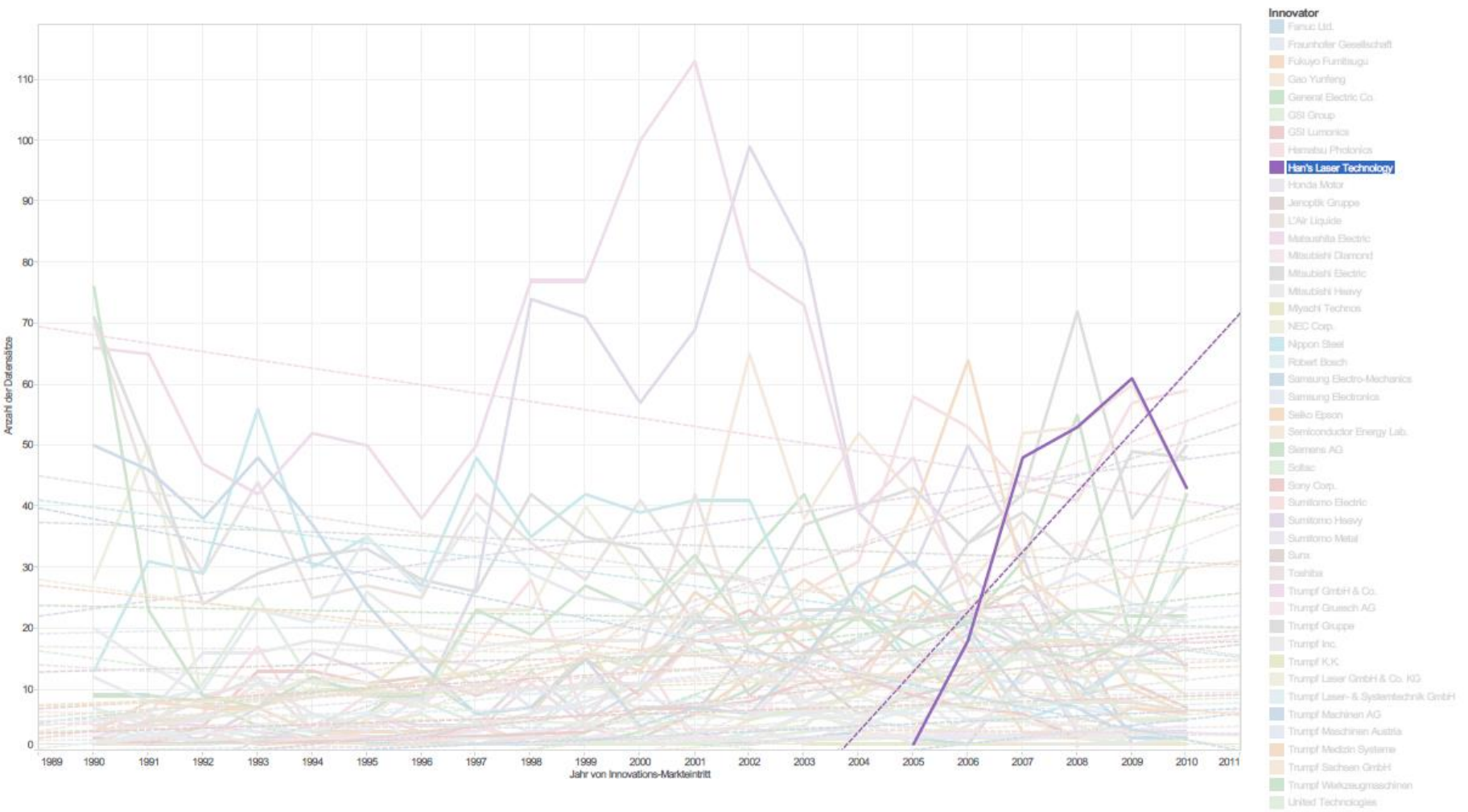
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Hamatsu-Photonics Innovations-Globalisierungs-Trend



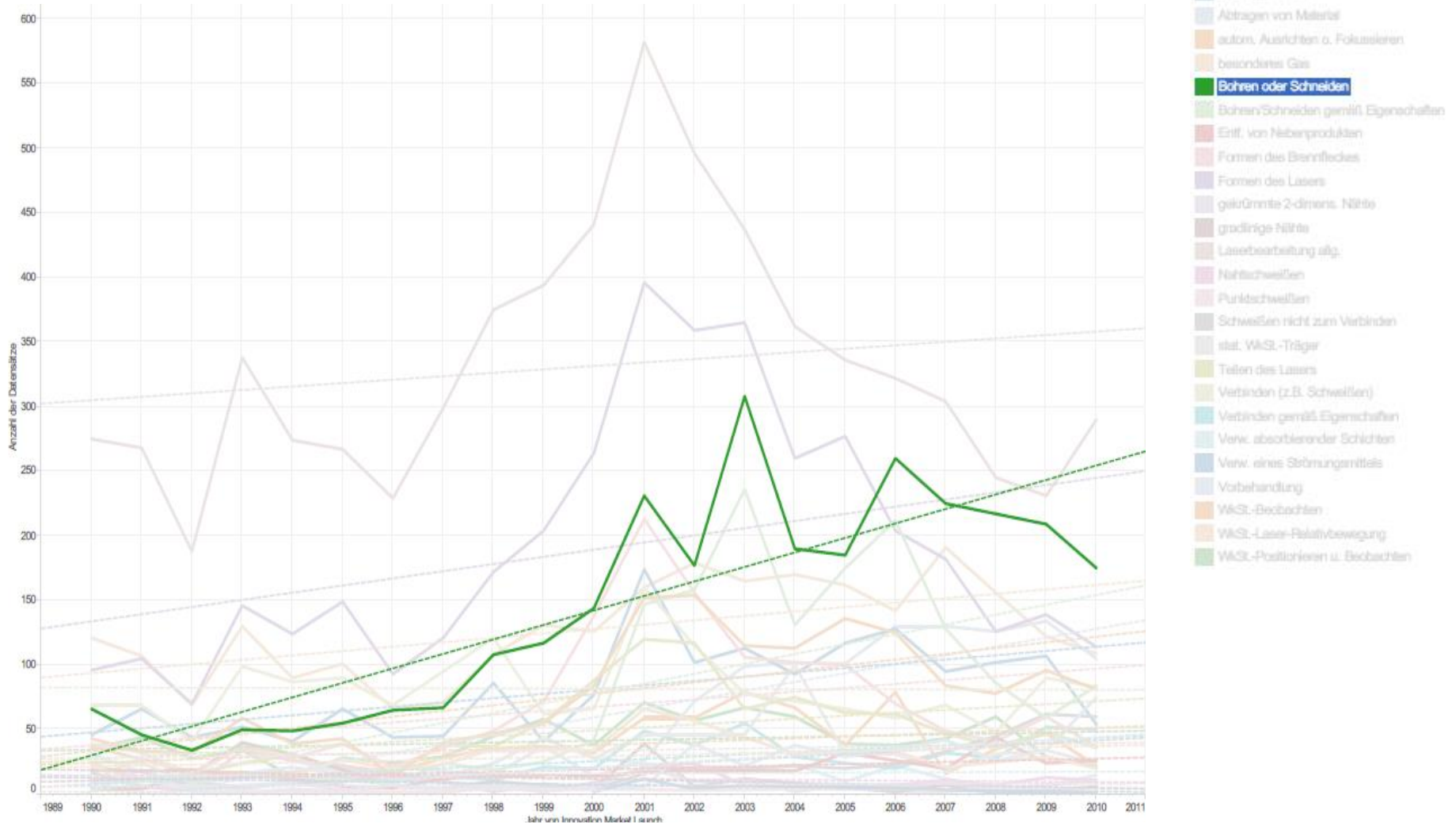
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Han's Laser Technologies Innovations-Globalisierungs-Trend



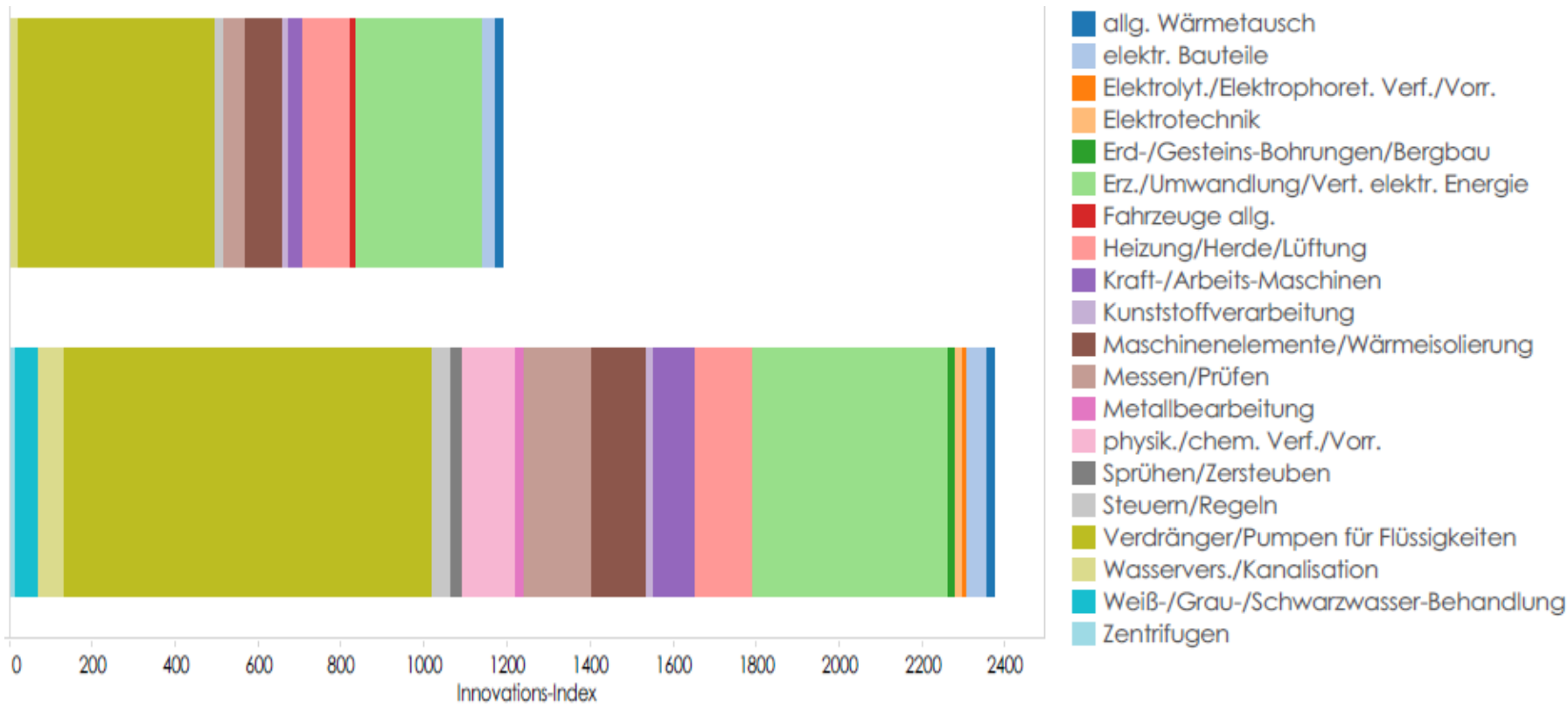
## Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Laser-Bohren und -Schneiden Trend



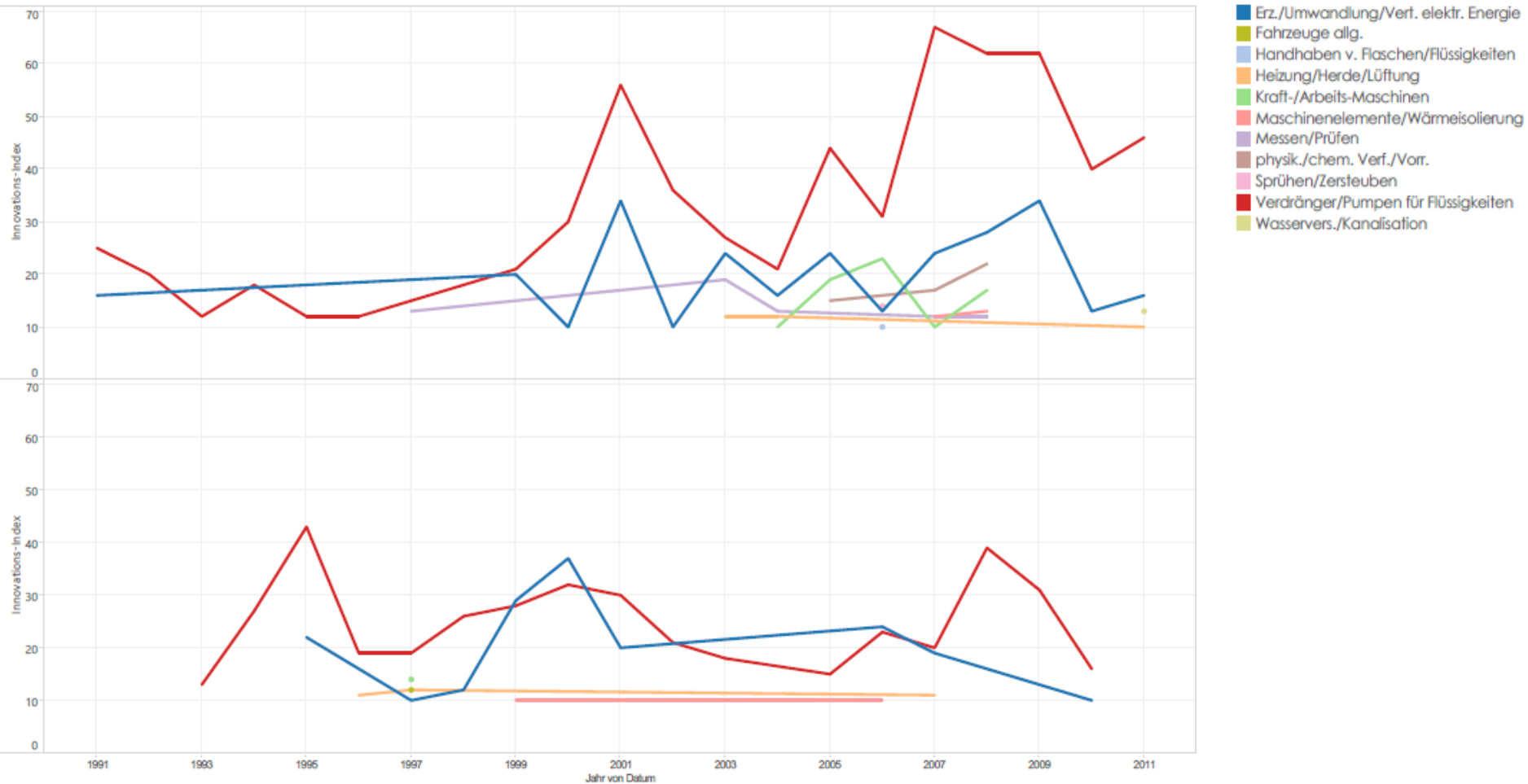
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Wettbewerber Innovations-DNS



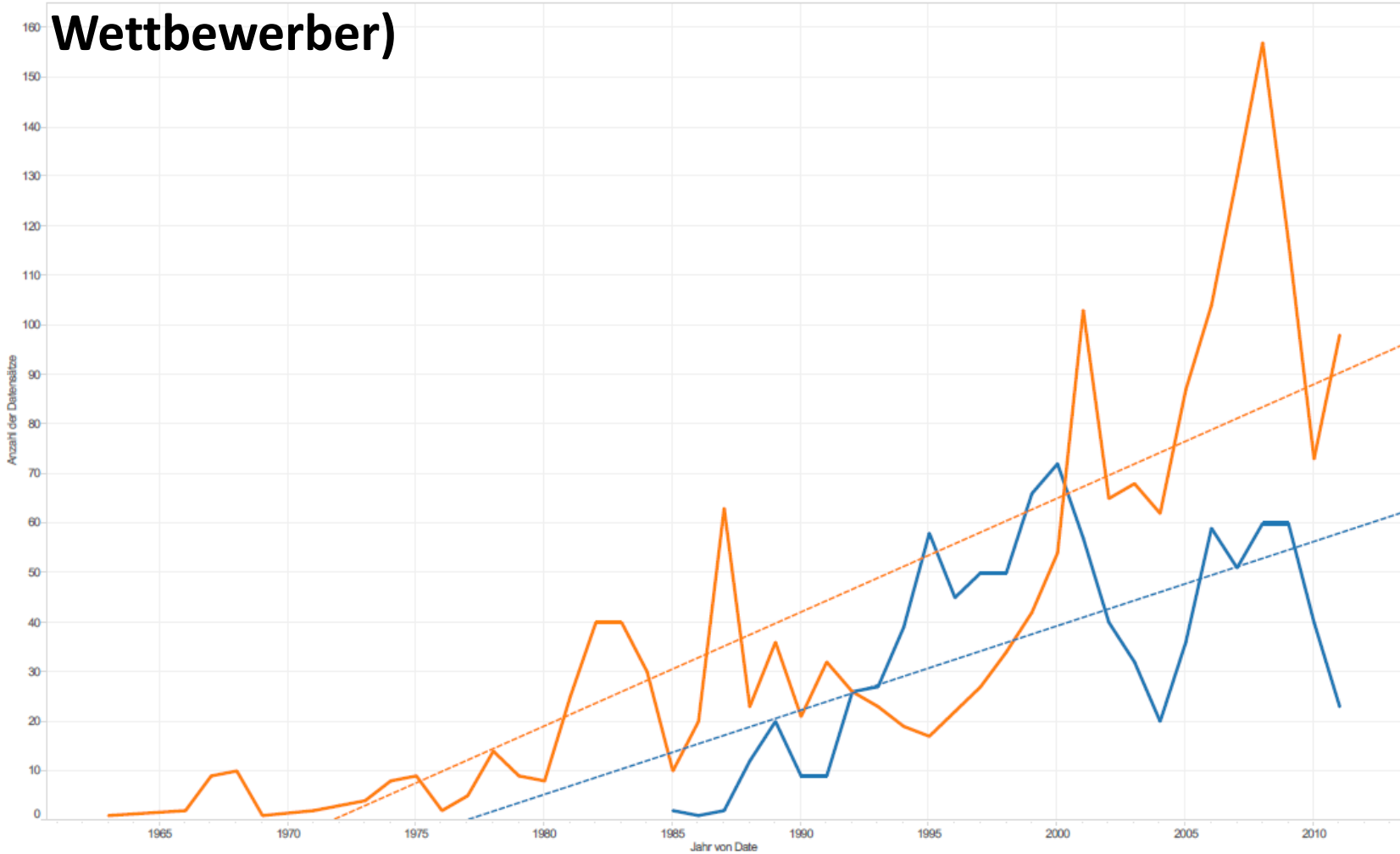
## Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Technologie-Trends von 2 Wettbewerbern



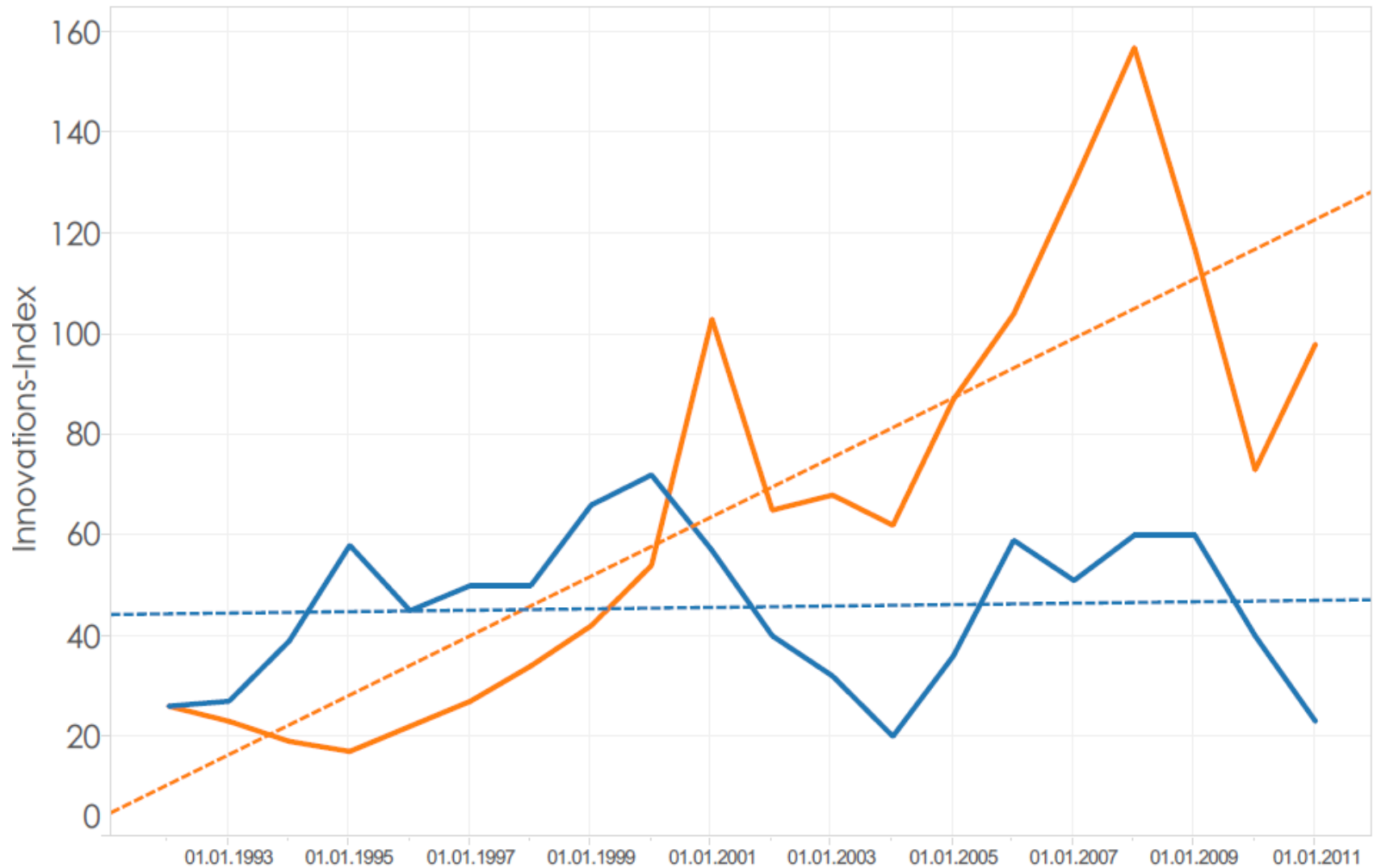
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

# Benchmarking von Innovationskräften (hier 2 unmittelb. Wettbewerber)



Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

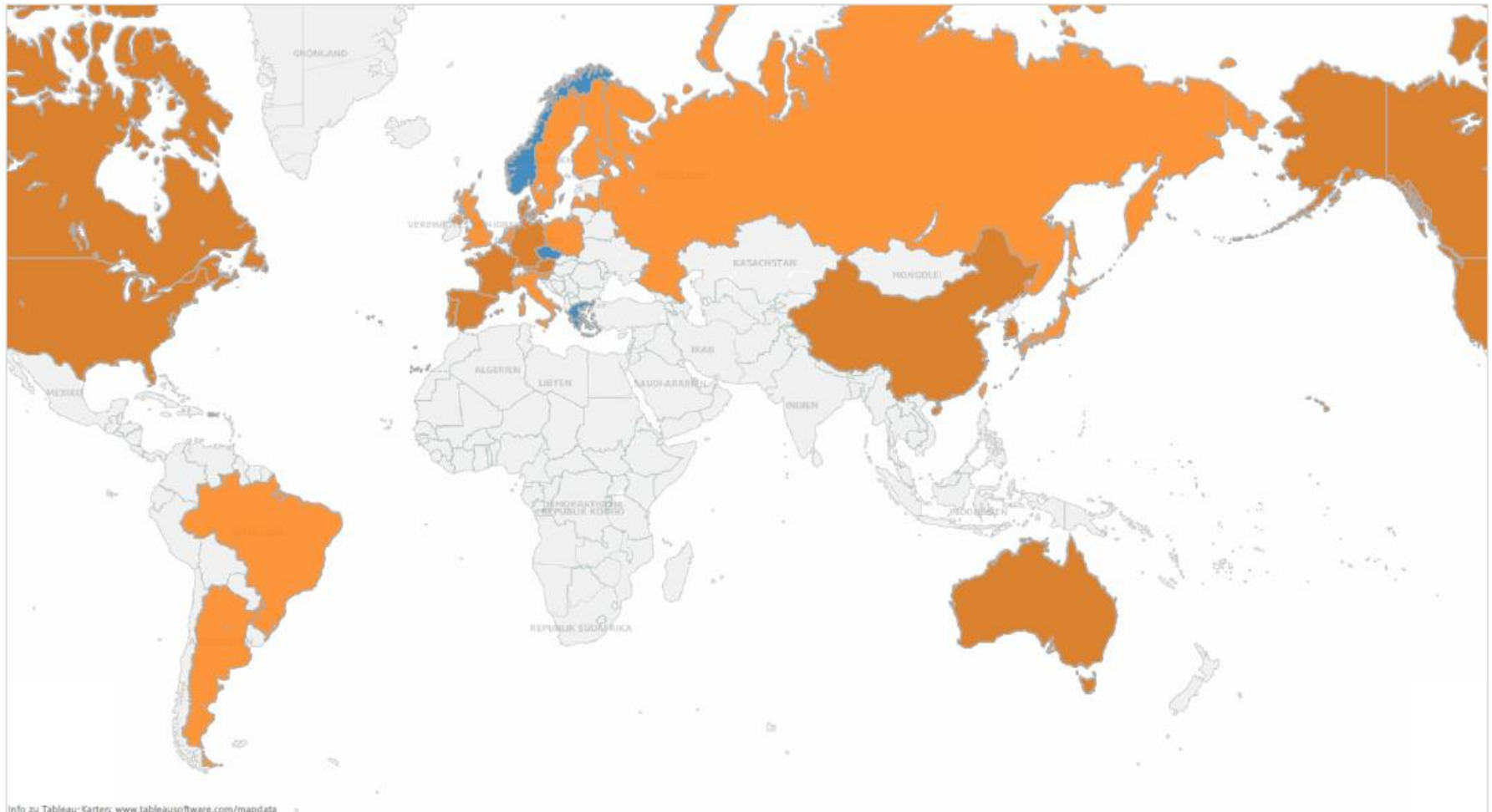
# Innovations-Trends





Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

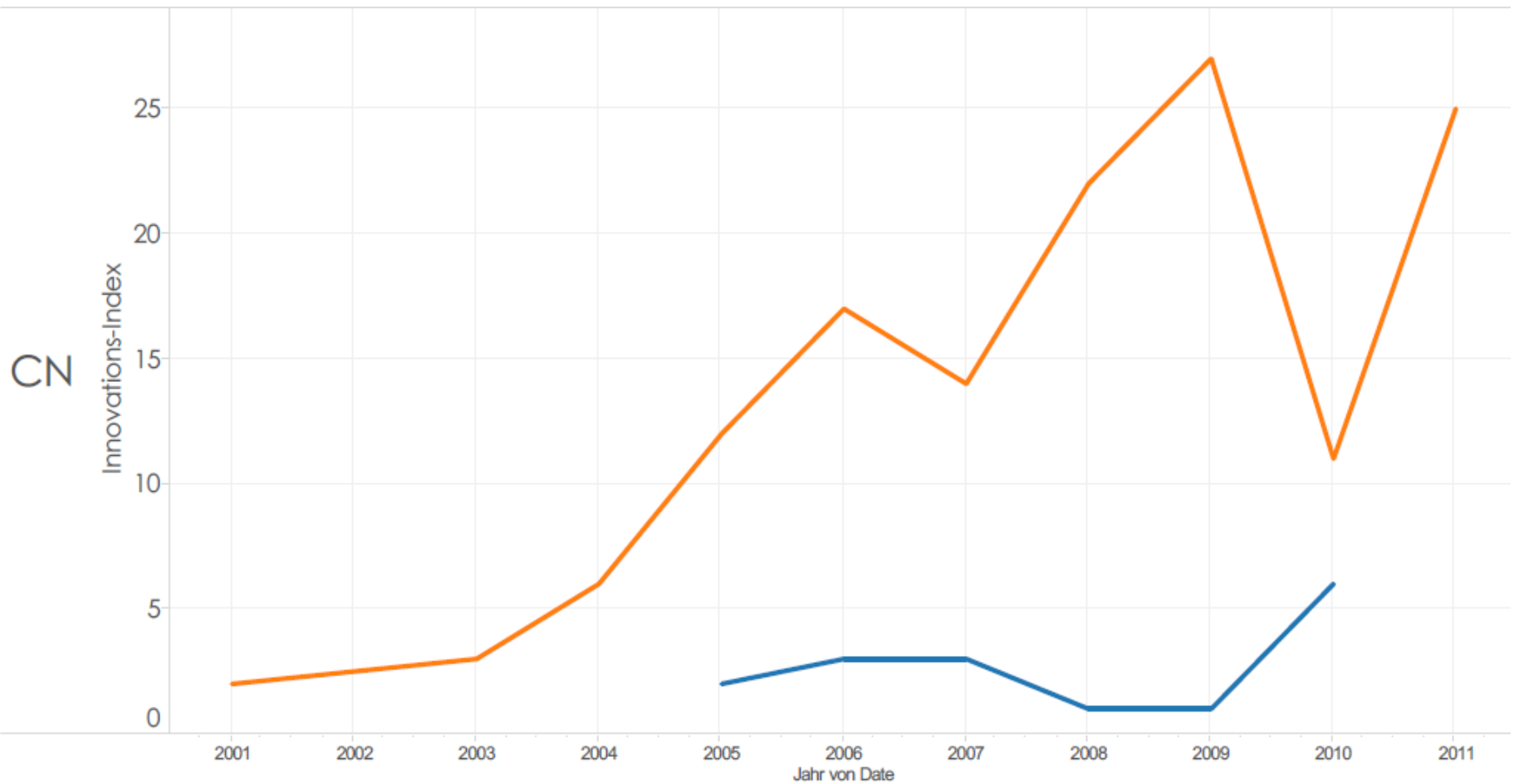
# Weltmarkt-Aufteilung





Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

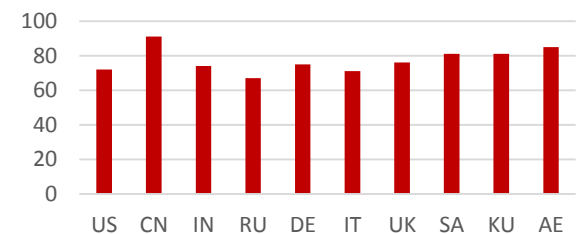
## Benchmarking: CN-Aktivitäten von 2 Wettbewerbern



## Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

### Marktanalysen

Indication of Global Market Activity	US	CN	IN	RU	DE	IT	UK	SA	KU	AE
IP Litigation Challenge	0	3	0	1	8	2	0	8	8	8
IP Landscape Complexity	0	0	6	7	3	6	3	10	10	8
General Law	9	5	5	7	9	7	5	10	5	3
Tax	6	9	9	6	7	6	6	6	9	6
Market Potential										
Marktvolume	2	7	2	4	2	8	5	8	1	8
Market Status	8	7	7	2	7	2	7	2	6	2
Market Growth	2	9	7	2	2	2	8	2	1	8
Market Structure										
Supplier	4	6	2	4	3	4	4	4	4	4
Customer	5	8	5	5	4	5	5	5	5	5
Competitor	6	5	5	6	2	6	5	6	5	6
product substituents	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
Internal rivals	8	3	6	5	3	6	6	2	6	8
Environmental Situation										
Economy	6	8	6	3	8	3	8	3	8	3
Politics	4	5	2	4	4	4	2	4	2	4
Technology	6	8	6	6	6	5	6	6	5	7
Society	3	5	3	2	3	2	3	2	3	2
<b>Sum</b>	<b>72</b>	<b>91</b>	<b>74</b>	<b>67</b>	<b>75</b>	<b>71</b>	<b>76</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>85</b>



## **Phase 2**

# **Beginn der Kaufverhandlungen / Vorbereitung der Due Diligence**

## 1. „Typen“ von M&A Prozessen

### Variante 1

bestehende operative Zusammenarbeit/Wettbewerbssituation / Lieferanten-/Kundenbeziehung mündet in Transaktions-verhandlungen, „1:1“-Situation

### Variante 2

formaler, durch M&A Berater/Investmentbank begleiteter Auktionsprozess wird entsprechend dem Process Letter durchgeführt

### Variante 3

durch M&A-Berater begleiteter Prozess mit Ansprache einer Short-List endet in Exklusivität für einen Kaufinteressenten

## 2. Wesentliche Schritte im Ablauf der Transaktion

### a) Abschluss Transaktions-NDA

- Abschluss ist Standard  
(Geschäftsleiter-Haftungsthemen für Target-Geschäftsleitung, jedenfalls bei Corporates)
- Dennoch nur relative praktische Bedeutung  
(conditio sine qua non, aber kein ausreichender Schutzmechanismus)
- Non-Solicitation-Regelung  
(erhöhte IP-Relevanz bzgl. Wissensträgern bzw. Key-People)
- Problem der Kollision mit Commercial-NDAs des Targets  
(theoretisch ungelöst, pragmatische Herangehensweise in der Praxis)
- Verhandlung des Transaktions-NDAs als „Barometer“ der Verhandlungspositionen

## 2. Wesentliche Schritte im Ablauf der Transaktion

### b) Letter of Intent (Term Sheet, Heads of Agreement)

- Exklusivität: Ja oder Nein? Wie lange?
- Kosten-Nutzen-Verhältnis einer detaillierten Beschreibung / Festlegung der avisierten Transaktion im LOI
- Break-up-Fees



## 2. Wesentliche Schritte im Ablauf der Transaktion

### c) Festlegung der Transaktionsstruktur

- In den meisten Fällen: so früh wie möglich (= im LOI / Term Sheet)...
- ...aber: Festlegung im Außenverhältnis zum Verhandlungspartner erst nach Einbeziehung der wesentlichen Berater zumindest aus der „Helikopter-Perspektive“
- IP-lastige Transaktionen: Einbeziehen der IP-Spezialisten in die Diskussion der Transaktionsstruktur

## 2. Wesentliche Schritte im Ablauf der Transaktion

### d) Due Diligence

- „Gretchen Frage“:  
Erledigen die M&A-Anwälte die IP-Themen „mit“ ...
- ...oder sind IP-Spezialisten mit hinzuzuziehen?
- Entscheidungsparameter : relative + absolute Bedeutung des IP;  
Transaktionsgröße, Kostensensitivität des Erwerbsinteressenten

# **Phase 3**

## **Due Diligence**

## 1. Inhalte und Ziele

Allgemeine Themenbereiche auch bei IP-lastigen Transaktionen relevant (Chain of title beim Share Deal, FDD, Tax-DD, Arbeitsrecht, Commercial Agreements, neuerdings häufiger: Strafrecht/Compliance)

Ziel einer guten Due Diligence: konkrete Findings finden Eingang in die Kaufpreisadjustierung und den Unternehmenskaufvertrag sowie in einen konkreten Umsetzungsplan für das Target für die Zeit nach Closing (Gegenbeispiel: Due Diligence als Pflichtübung verstanden endet in 100-seitigem Report für die „Schublade“)

## 2. Risiken fehlerhafter Due Diligence

Rechtliche Pflicht zur Durchführung? (intern „ja“ bei Corporates, extern „nein“ in Deutschland)

Kenntnisklausel bzgl. Datenrauminhalt bedingt in der Praxis  
Notwendigkeit einer entsprechenden Due Diligence

Garantien im Unternehmenskaufvertrag können Restzweifel sowie  
abstrakte Risiken abfedern...

...können aber nicht das Einpreisen von Due Diligence-Findings oder  
das Identifizieren von Deal-Breakern ersetzen

### 3. Risiken fehlerhafter Due Diligence bei IP-lastigen Deals

**Spezialthema 1:**

IP-Inhaberschaft bei Unternehmensgruppen und im Mittelstand

**Spezialthema 2:**

§ 613a BGB bzgl. Verbindlichkeiten aus Erfindervergütungen können übergehen (Garantien!)

**Spezialthema 3:**

Know-How Schutz beim Target gewährleistet? (Commercial-NDAs des Targets, Klauseln in Anstellungsverträgen, ggf. Heilung erforderlich)

**Spezialthema 4:**

CoC-Klauseln

**Spezialthema 5:**

Umgang mit Schlüsselmitarbeitern als Wissensträger im Target

#### 4. Was muss eine IP Due Diligence leisten?

Übersicht über die Schutzrechte weltweit und deren Schutzdauer

Kompaktes Format und verständlicher Inhalt

Aufklärung über etwaige Schutzdefizite (territorial / Bestand)

Anpassung des Kaufpreises!

Vorschläge zur Behebung der Defizite nach dem Kauf



## Phase 3 Due Diligence Intellectual Property

### Prüfung Relevanz der Schutzrechte für das Unternehmen

Produktbezug

Umgehungs-  
möglichkeiten

Zukunft

Nachbesserungsvorschläge:  
Ergänzungsschutzrechte

Anpassung des Kaufpreises!





## Phase 3 Due Diligence Intellectual Property

### Input zur Regelung Inhaberschaft / Lizenzen

Alter Gesellschafter

Zu erwerbende  
Gesellschaft

Kündigungsrecht bei  
Inhaberwechsel /  
Insolvenz

Inhaber Patent /  
Marke / Design



Nur Lizenzrecht!

Zeitliche / Inhaltliche  
/ Räumliche  
Beschränkungen

Übertragbarkeit bei  
Veräußerung?

Risikobehaftetes Modell!

Einfache  
/ausschließliche  
Lizenz

## Phase 3 Due Diligence Intellectual Property

### Input zur Regelung Inhaberschaft / Lizenzen

Ausgangsgesellschaft

Ausgründung

Neue  
Gesellschaft

Inhaber Patent /  
Marke / Design



Nur Lizenzrecht!

Kein Kündigungsrecht  
bei Inhaberwechsel /  
Insolvenz

Keine zeitlichen /  
inhaltlichen / räumlichen  
Beschränkungen

Übertragbarkeit bei  
Veräußerung

Ausschließliche Lizenz  
oder einfache Lizenz  
mit Abgrenzung

Lizenzvertrag muss Risiken  
ausschließen

Beim Kauf von gewerblichen  
Schutzrechten gibt es keinen  
gutgläubigen Erwerb

## Wo liegen die Schwerpunkte / Vermögenswerte?

Technologie-  
unternehmen



Patente /  
Gebrauchs-  
muster

Markenartikler



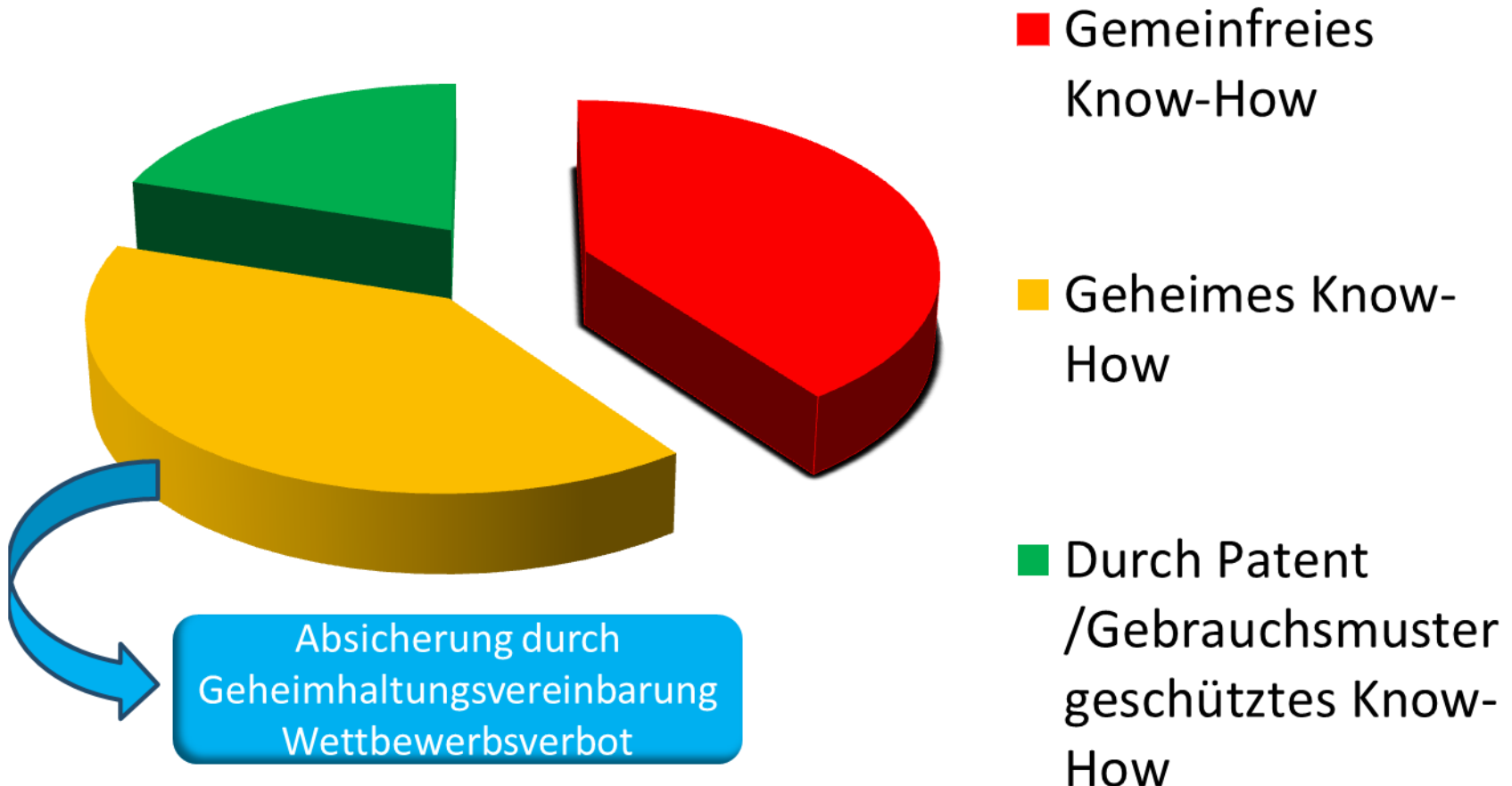
Marken

Design-  
unternehmen

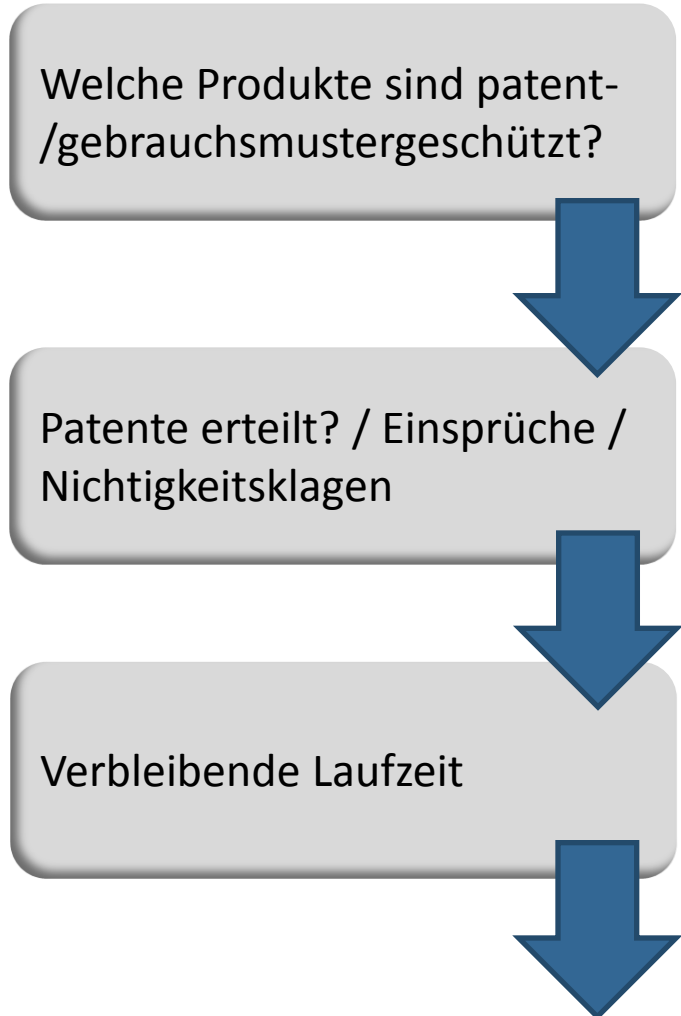


Designs /  
Urheberrechte

## Technologisches Know-How des Unternehmens

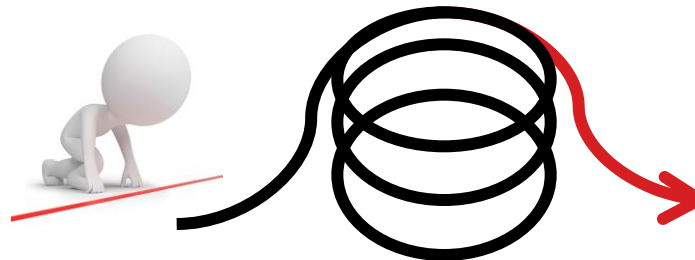


## Phase 3 Due Diligence Intellectual Property



Wirtschaftlich relevante Produkte erfasst?

Prototyp <-> Produkt



Erteilungsdauer ~ 2 - 5 Jahre

Maximale Laufzeit ~ 20 Jahre



## Phase 3 Due Diligence Intellectual Property

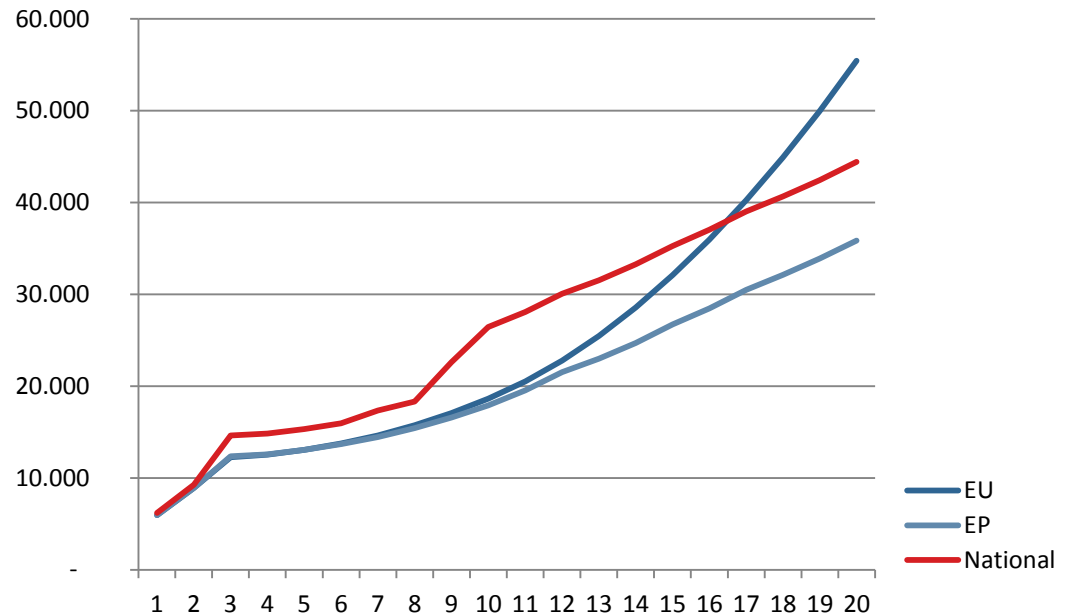
In welchen Ländern gibt es Schutz?



Lizenz- / Nutzungsverträge



Kostenfaktoren:  
Verlängerungskosten /  
Verletzungsverfahren



## Phase 3 Due Diligence Intellectual Property

Qualitative Analyse der  
Patente / Gebrauchsmuster



Technischer  
Experte aus dem  
Produktumfeld



Kann das Patent Wettbewerber abhalten?

Bestands-  
kraft

Umgehungs-  
lösungen

Technologie  
noch  
relevant



## Warum ist eine Due Diligence zu Marken erforderlich?

Marke oft der  
größte  
Vermögenswert

Internet-Unternehmen  
(keine sonstigen assets)

Eingeführte Consumer-  
Produkte

facebook

mobile.de

BIONADE®

WhatsApp

## Warum ist eine Due Diligence zu Marken erforderlich?

### Risiken ohne Markeneintragung

Bloße Benutzung gibt  
i.d.R. keine Rechte

Unterlassung /  
Schadensersatz /  
Vernichtung

Kein Schutz gegen  
Nachahmer

OLG Düsseldorf 2009

**Litec ./. Lifetec**

Benutzung  
seit 1996

Medion AG:  
Anmeldung  
1998



Phase 3 Due Diligence Marke

Was ist zu prüfen?

Vorschläge zu  
ergänzenden  
Markenanmeldungen

Umfassender Markencheck

Marke in Kraft

Risiken durch  
Schutzlücken

Eintragung für alle  
relevanten Produkte

Eintragung in allen  
relevanten Ländern

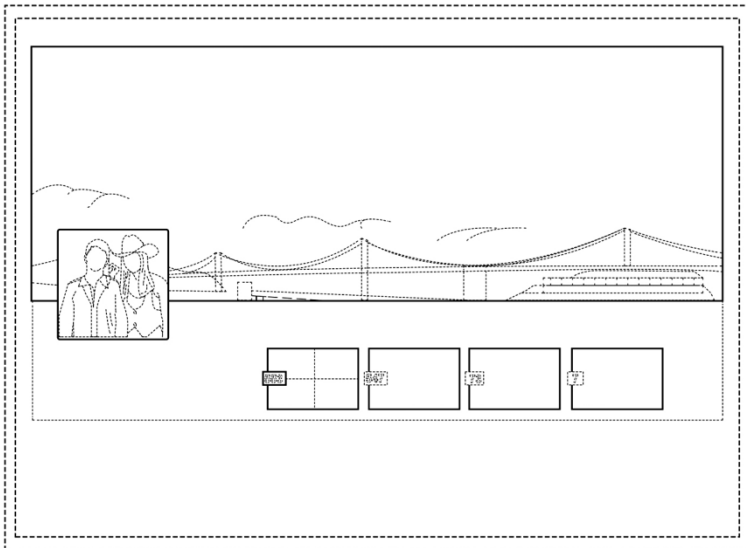
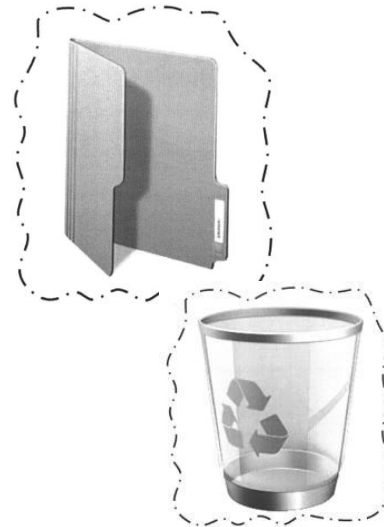
Recherchen

Lizenz-  
/Abgrenzungsverträge



## Ist eine Due Diligence zu Designs erforderlich?

Design kann erheblichen Unternehmenswert darstellen



## Ist eine Due Diligence zu Designs erforderlich?

Risiken ohne  
Designeintragung



Nachahmung  
möglich:  
UrhG / UWG / n.e.  
GGschmM oft  
unzulänglich

## Ist eine Due Diligence zu Designs erforderlich?

Lizenzvergabe nur  
bei eingetragenen  
Design möglich

Grenzbeschlag-  
nahme nur bei  
eingetragenen  
Design möglich

Werbewirkung  
"Eingetragenes  
Design"

Phase 3 Due Diligence Design

Was ist zu prüfen?

Vorschläge für  
künftige  
Schutzstrategie

Umfassender Designcheck

Design in Kraft

**Schutzlücken**

Eintragung für  
relevante Produkte

Eintragung in allen  
relevanten Ländern

Restlaufzeit:  
max. 25 Jahre

Lizenz-  
/Abgrenzungsverträge

# Phase 4

## Monetäre Bewertung



## Bewertungsverfahren

### Kostenorientierte Verfahren

- Reproduktionskosten-Methode
- Wiederbeschaffungskosten-Methode

### Kapitalwertorientierte Verfahren

- Unmittelbare Cash-Flow-Prognose
- Lizenzpreis-Analogie
- Residualwert-Methode
- Mehrgewinn-Methode

### Marktpreisorientierte Verfahren

- Marktpreis-Methode des aktiven Marktes
- Analogie-Methode

## Bewertungsverfahren

### Kostenorientierte Verfahren:

- erfordern detaillierte Kosten-Analysen
- aufwendig -> untergewertete Schutzrechte

### Marktpreisorientierte Verfahren:

- stellen auf Verkaufspreise von Schutzrechten ab
- wenig Erfahrungswerte da Verkäufe von vergleichbaren Schutzrechten nur selten erfolgen und deren Ergebnisse dazu zumeist geheim gehalten werden.

## Bewertungsverfahren

### Kapitalorientierte Verfahren:

- Beziehen sich auf den zukünftigen Nutzen der Schutzrechte und damit die zusätzlich erzielbaren Cash-Flows
- Stellen auf die individuell unterschiedliche Schutzbereiche der Schutzrechte ab und ergeben daher Zwischenergebnisse, die auch für weitere unternehmensrelevante Entscheidungen benötigt werden und repräsentative Endergebnisse liefern.

### Wahl für Due Diligence-Verfahren?

- Da in Due Diligence-Verfahren und in der Ausarbeitung von Unternehmensstrategien üblicherweise Faktoren erhoben werden, die auch für die Lizenzpreis-Analogie benötigt werden, wird diesseitig unter den Kapitalwertorientierten Verfahren die Lizenzpreis-Analogie bevorzugt.



Helping you catching the big fish

# **Phase 5**

## **Struktur des Unternehmenskaufs**

## 1. Asset Deal vs. Share Deal

- Praktische Implikation, Statistik, Fehleranfälligkeit bei IP-Transaktionen
- Allgemeine gesellschaftsrechtliche und zivilrechtliche Implikationen (CoC-Klauseln beim Share Deal, Zustimmung der Vertragspartner nötig beim Asset Deal, ggf. Closing-Conditions)
- Steuerliche Implikationen (Verkäufersicht vs. Käufersicht, „Rechnung“ geht steuerlich selten auf)
- Fazit für IP-lastige Transaktionen: Share Deal meist vorzugswürdig

## 2. Spezielle Regelungsbereiche im Unternehmenskaufvertrag

- Asset Deal: Übertragungsregelungen bzgl. IP  
(Vorsicht:  
anwendbares Recht bei internationalem IP, fehlender guter Glaube bzgl. IP-Rechten, Catch-All-Klauseln, exakter Anlagenapparat, ggfs. Zustimmung des Rechtsinhabers einzuholen bei Lizenzverträgen, Statuierung von nachlaufenden Mitwirkungsverpflichtungen des Verkäufers)
- Share Deal:  
ebenfalls genaue Bezeichnung des IP in Anlagen, Zustimmungserfordernisse ggfs. bei CoC-Klauseln

## 2. Spezielle Regelungsbereiche im Unternehmenskaufvertrag

- Garantien zum IP  
(Vollständigkeitsgarantie in Bezug auf Ein-und Auslizensierung, Angriffe Dritter, Rechtsinhaberschaft, zum Teil Garantien nur nach bestem Wissen)
- Übergangsregelungen zur Weiterbenutzung von IP durch Veräußerer oder Erwerber
- Nachlaufende Geheimhaltungspflichten des Verkäufers bei Know-How-Weitergabe (z.B. mit verkauftem Betriebsteil)



### 3. Erwerberstruktur

- Abhängig von Ausgangsstruktur und Set-up des Erwerbers  
(Soll Target separat geführt werden? Ist Weiterverkauf beabsichtigt oder baldige Integration? Ist Käufer Stratege oder Finanzinvestor)
- Eventuell Separierung des erworbenen IPs  
(praktische Gründe wie z.B. Verwaltung in vorhandener (IP-)Holding des Erwerbers; haftungsrechtliche Gründe; steuerliche Gründe)
- Erwerb von IP ggf. durch ausländische IP-Verwaltungsgesellschaft  
(Steuervorteile bzgl. laufender Lizenz-Besteuerung, Stichwort IP-Box-Besteuerungsregime in vielen europäischen Ländern, Abgrenzung zur Verlagerung von werthaltigem IP außerhalb von Transaktionen mit der Problematik der Funktionsverlagerung, der Verrechnungspreise, sowie der Hinzurechnungsbesteuerung nach Außensteuergesetz)



Axel Stellbrink,  
Unternehmensberater  
mail@stellbrink-ip.com



Dr. Alexander González  
Rechtsanwalt,  
Fachanwalt für  
gewerblichen Rechtsschutz  
a.gonzalez@prinz.eu



Dr. Jochen Ettinger,  
Rechtsanwalt,  
Steuerberater,  
Fachanwalt für  
Steuerrecht  
ettinger@dolaw.de



DISSMANN ORTH

**VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT !**