

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

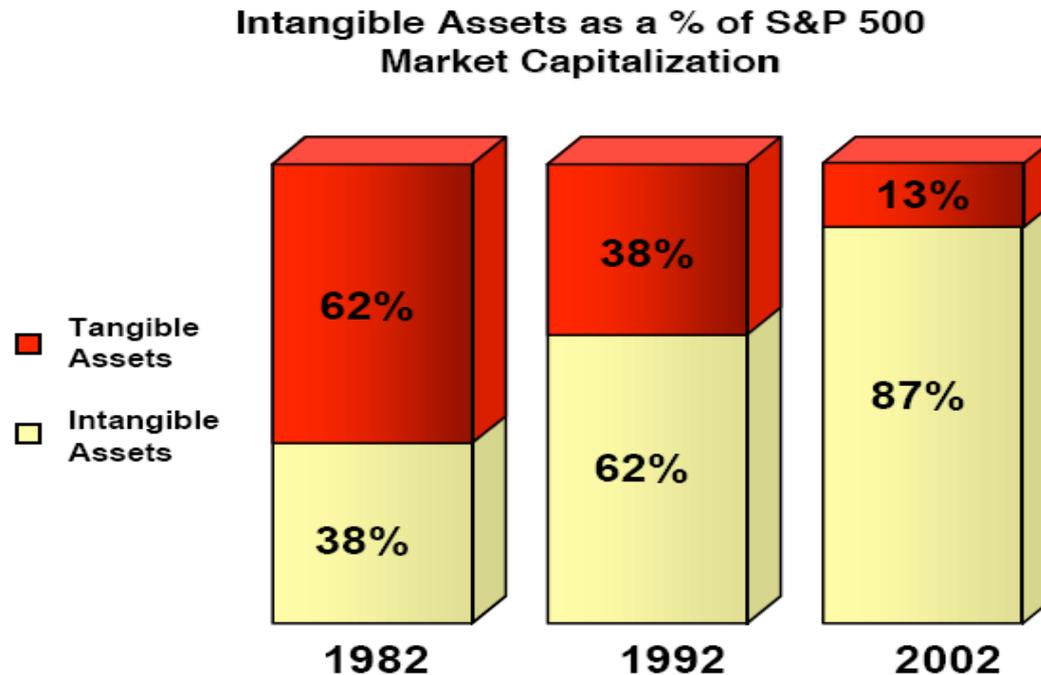
Phase 1

Auswahl und erste Bewertung eines Technologie-Unternehmens

Phase 1 Auswahl und erste Bewertung



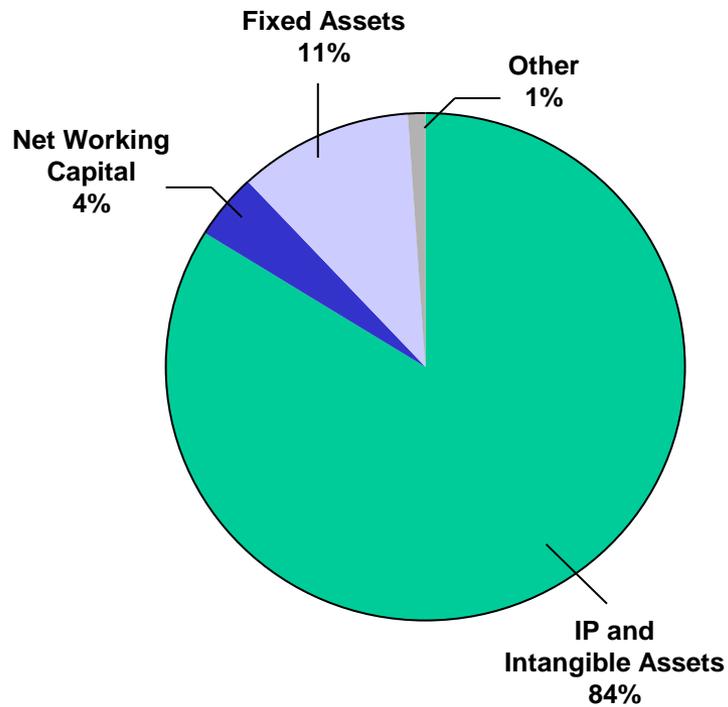
Bedeutung von Immaterialgüter-Rechten (Intangible Assets)



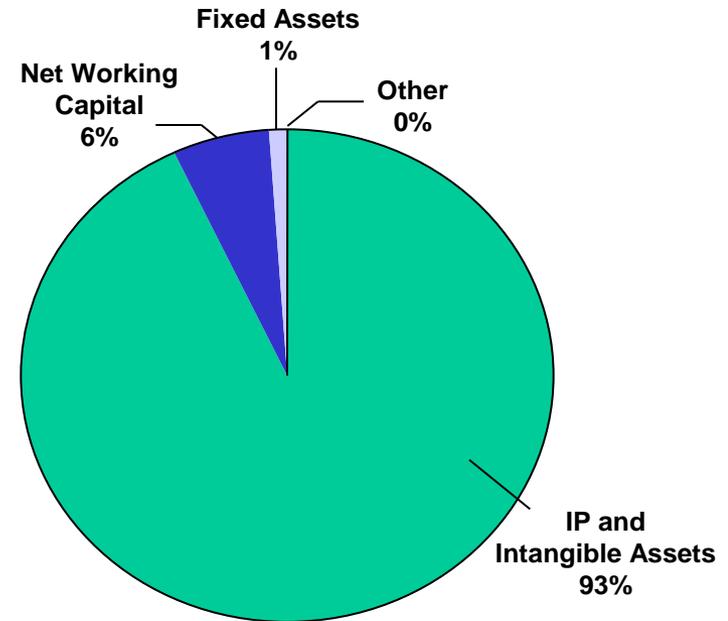
Source: Brookings Institute

Wertanteile von Intangible Assets

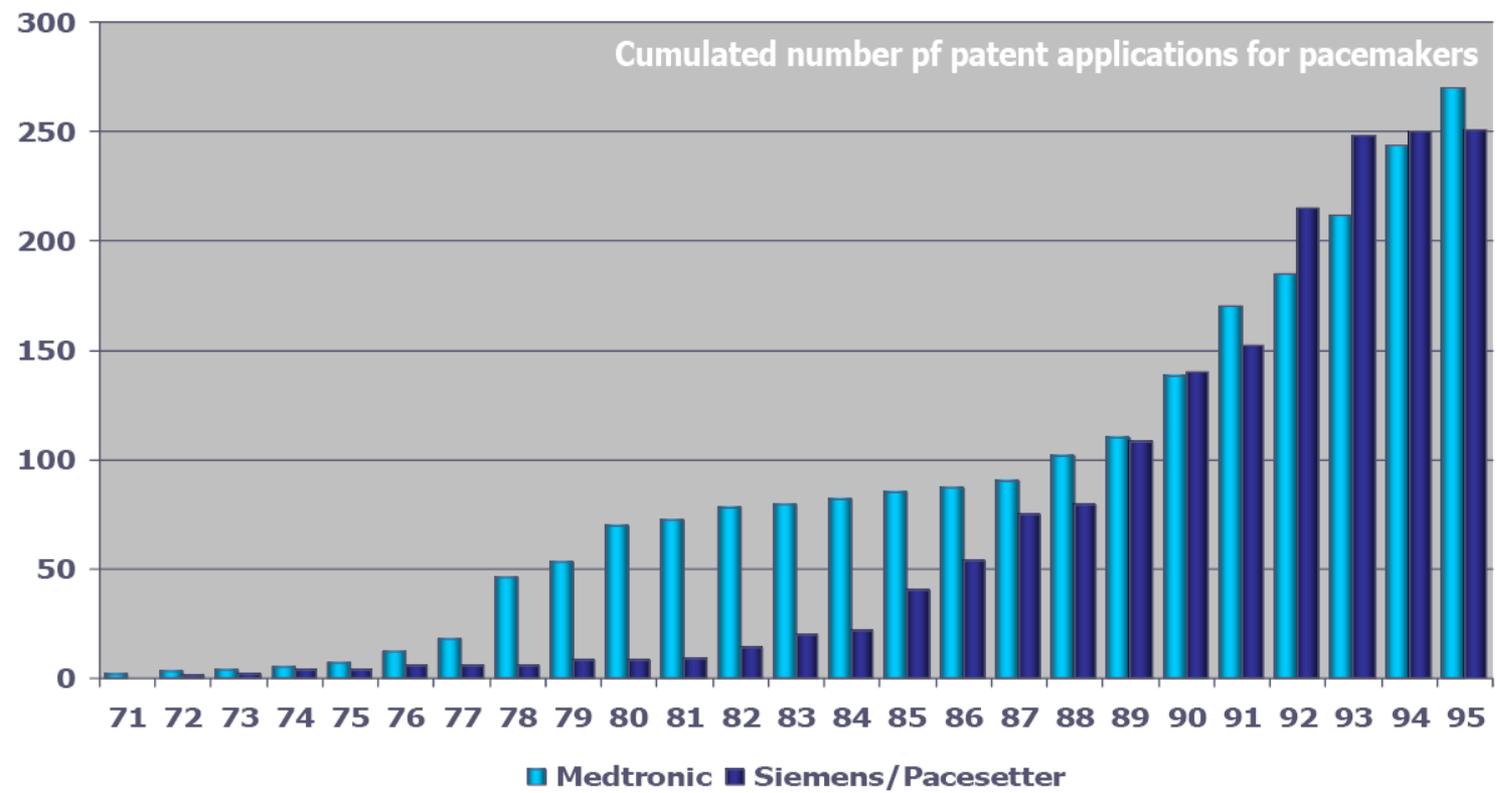
Procter and Gamble



Amazon



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

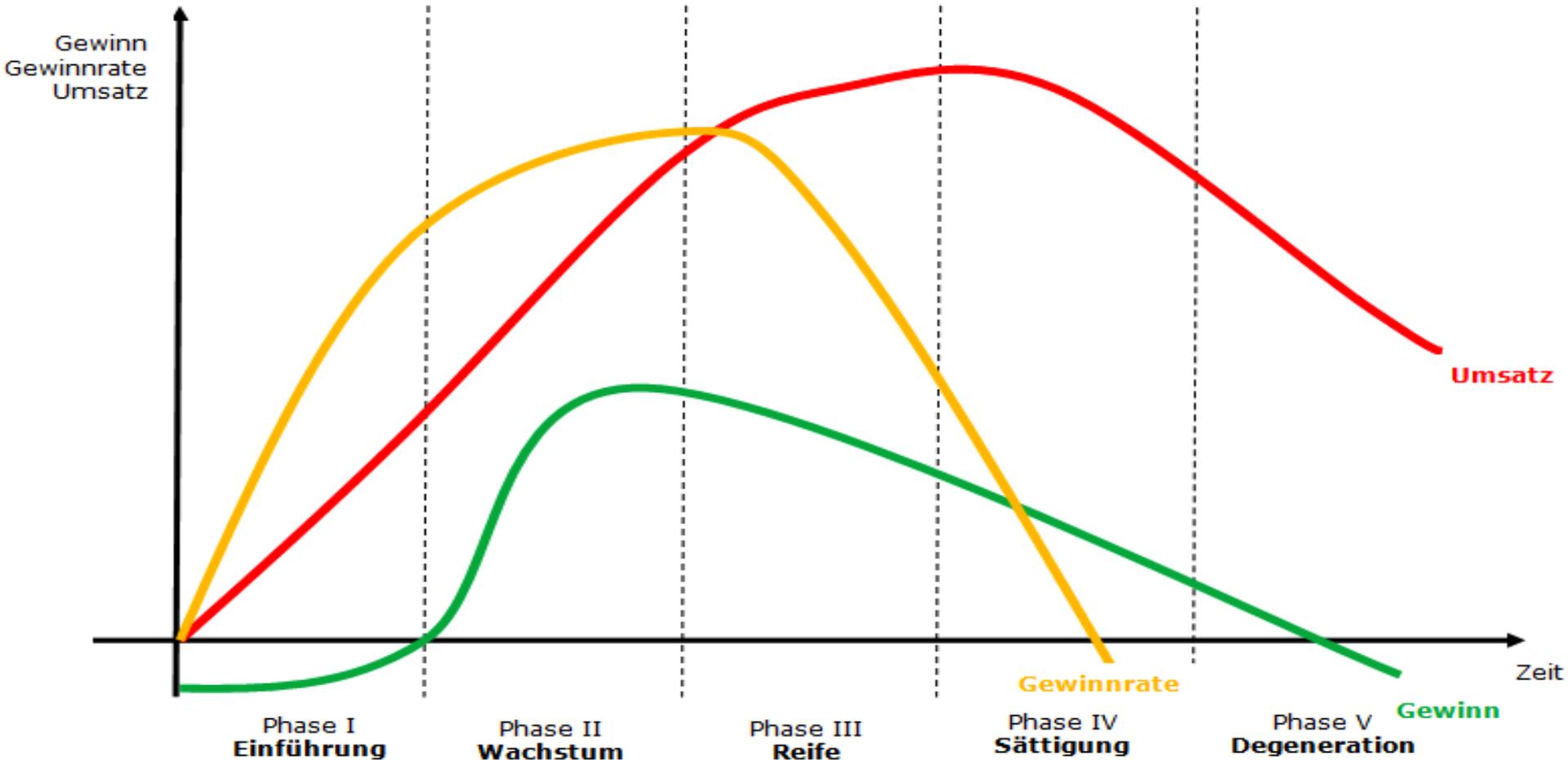
- Belebung der F&E- und Innovationskräfte
- Absicherung existenter und zukünftiger Märkte
- Zyklen-Verlängerungen
- Ertragssteigerungen
- Kosten-Ersparnisse
 - F&E
 - Ausgaben für IP-Portfolio
- Verminderung von
 - Rechtsrisiken
 - Kostenrisiken

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

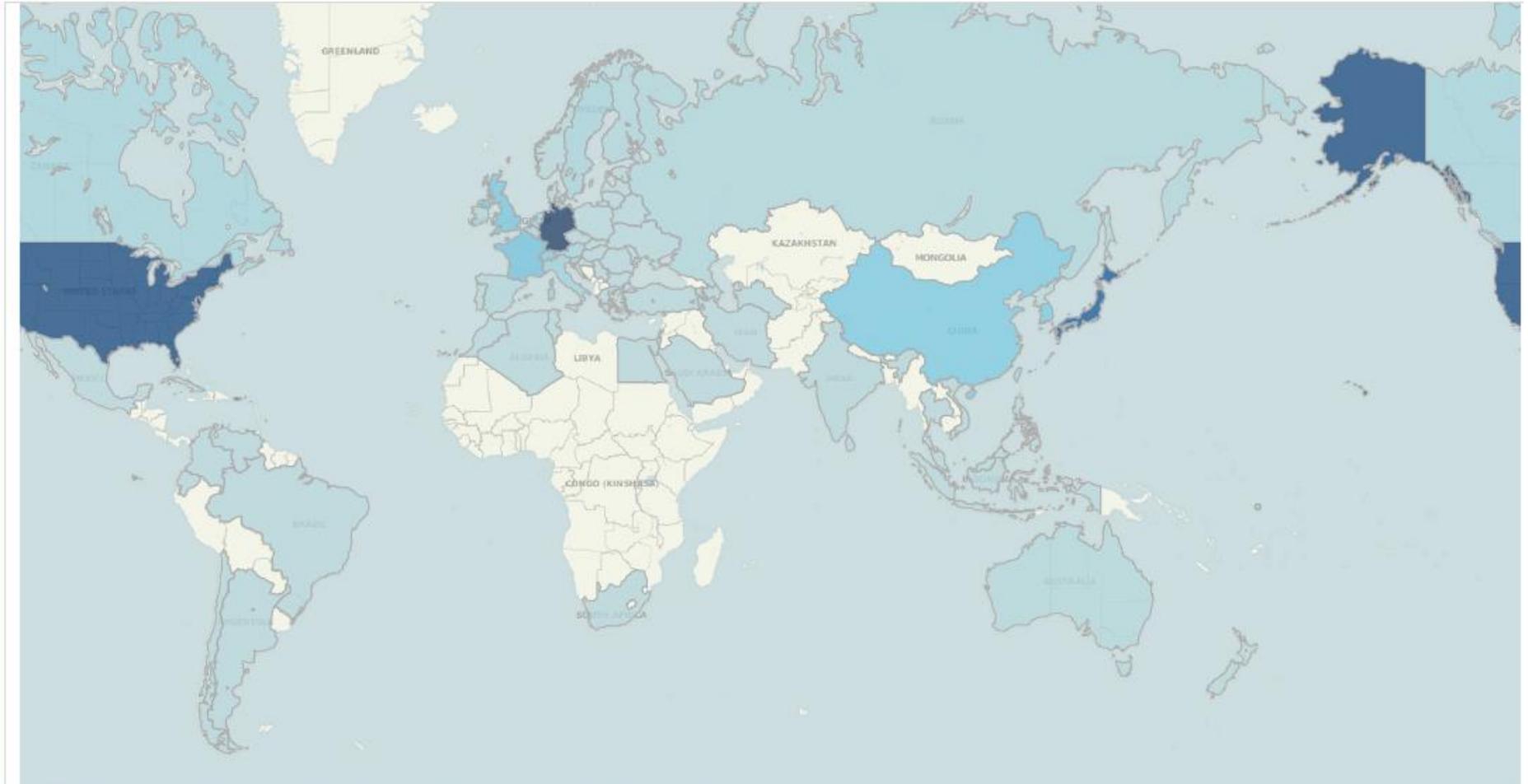
Produkt-Phasen



Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Anmeldeländer

Anzahl der Datensätze
 1 9.906

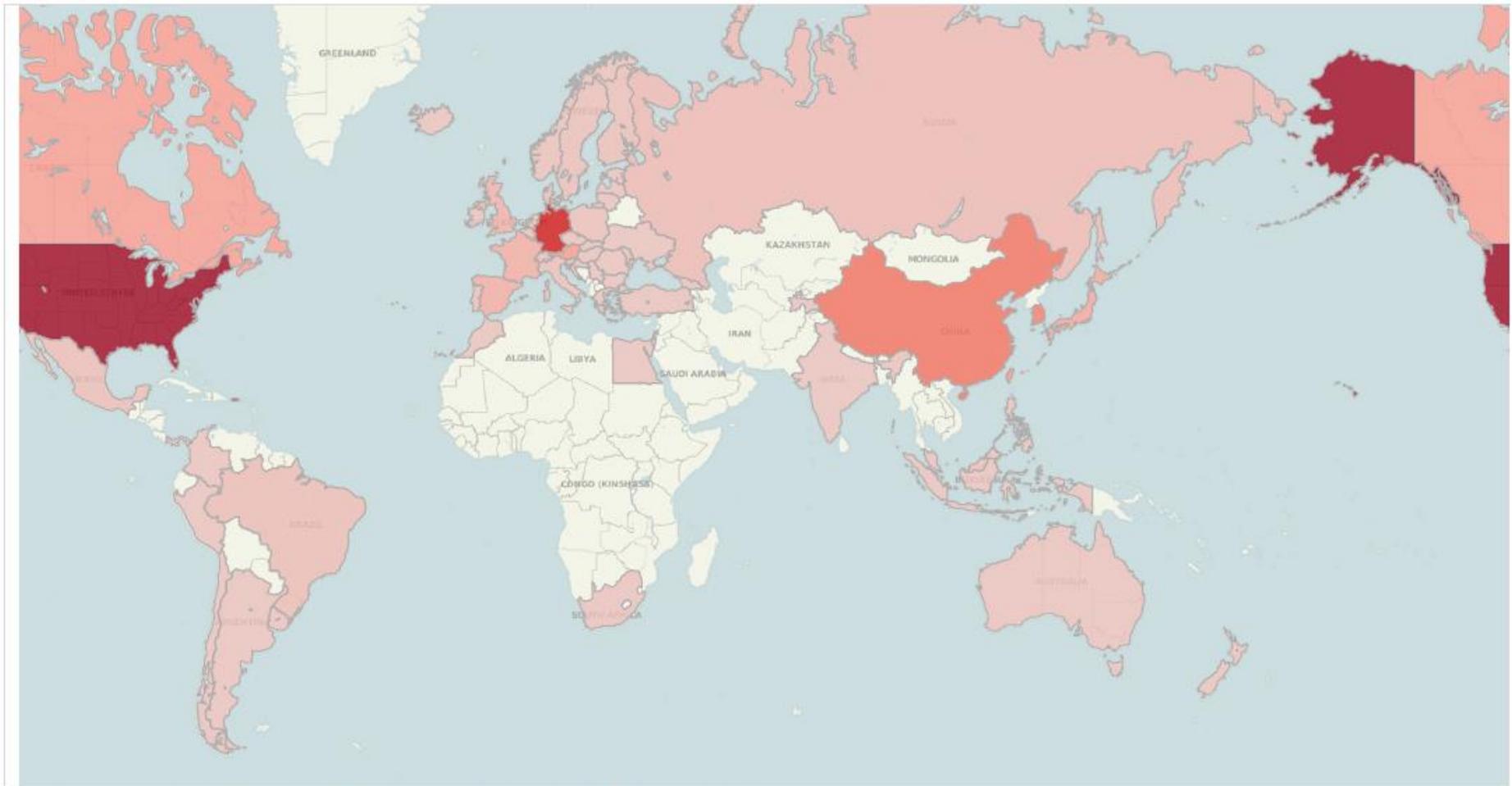


Karte basiert auf Längengrad (generiert) und Breitengrad (generiert). Farbe zeigt Summe von Anzahl der Datensätze an. Details werden für Country_Anmelder angezeigt.

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.

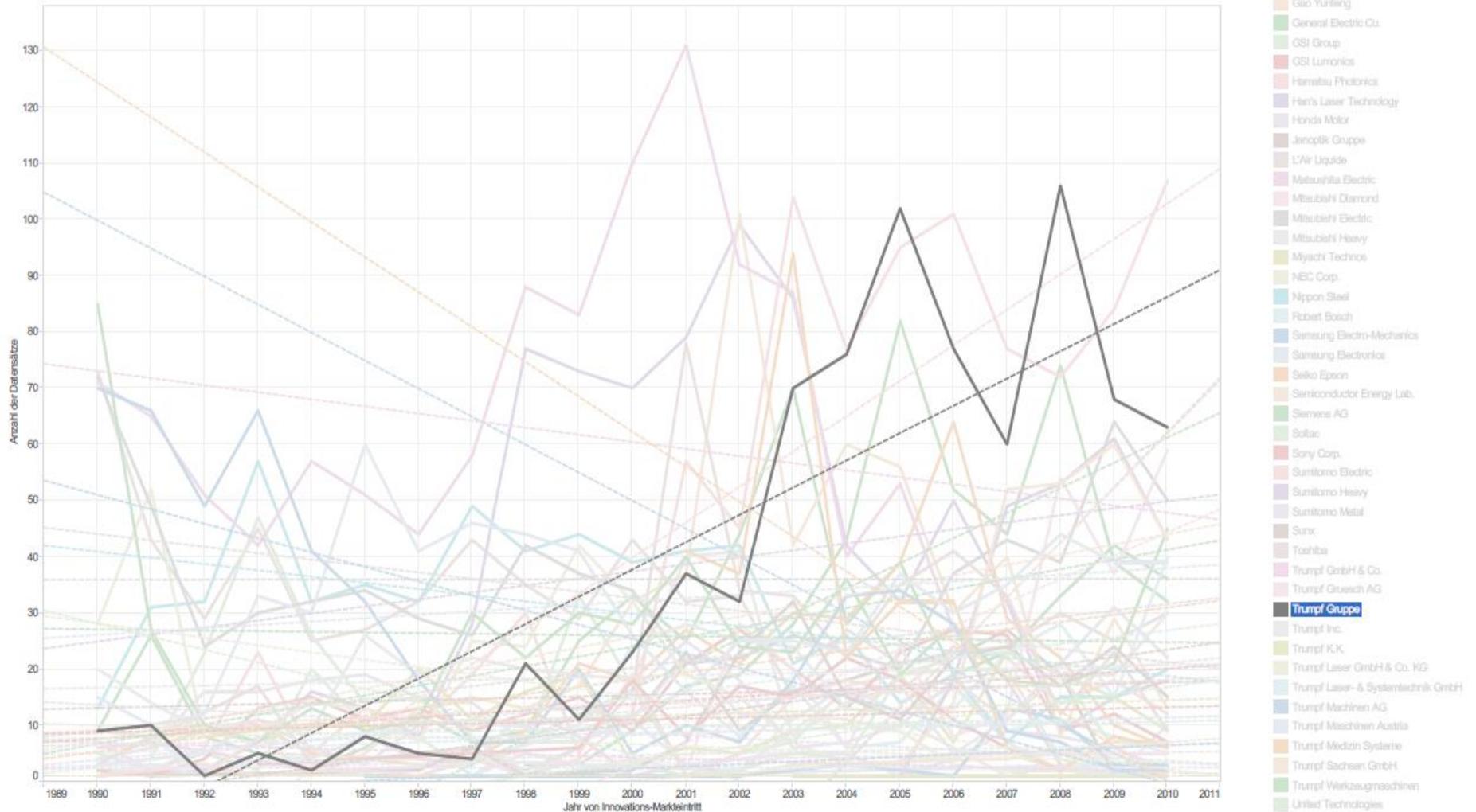
Doch Lei glaubt trotz allem fest daran, in die Liga von Apple und Samsung zu gehören. Bis 2016 wolle er pro Modell weltweit mehr als 100 Millionen Stück absetzen, sagte er. Inzwischen emanzipiert er sich etwas von der Apple-Manie. „Ich habe nie platt Steve Jobs nachgeahmt“, beteuert er heute. „Wer einfach 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

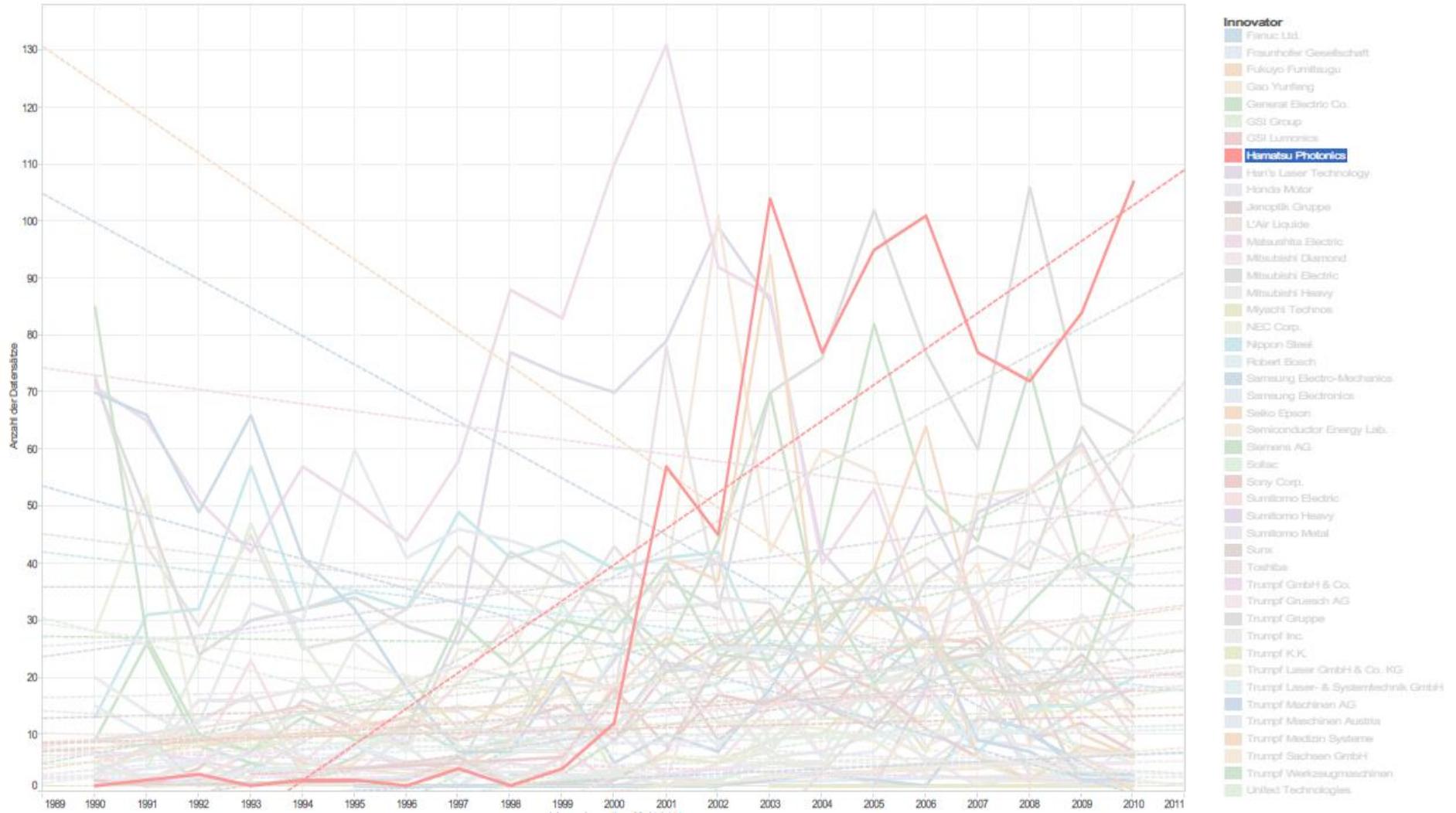
Trumpf-Gruppe Innovations-Globalisierungstrend



- Innovator**
- Fanuc Ltd.
 - Fraunhofer Gesellschaft
 - Fukuyo Fumitsu
 - Gao Yurong
 - General Electric Co.
 - OSI Group
 - OSI Lumonics
 - Hamatsu Photonics
 - Her's Laser Technology
 - Honda Motor
 - Jenoptik Gruppe
 - L'Air Liquide
 - Mitsubishi Electric
 - Mitsubishi Diamond
 - Mitsubishi Electric
 - Mitsubishi Heavy
 - Miyachi Technos
 - NEC Corp.
 - Nippon Steel
 - Robert Bosch
 - Samsung Electro-Mechanics
 - Samsung Electronics
 - Selko Epcos
 - Semiconductor Energy Lab.
 - Siemens AG
 - Sollac
 - Sony Corp.
 - Sumitomo Electric
 - Sumitomo Heavy
 - Sumitomo Metal
 - Sunx
 - Toshiba
 - Trumpf GmbH & Co.
 - Trumpf Gruech AG
 - Trumpf Gruppe**
 - Trumpf Inc.
 - Trumpf K.K.
 - Trumpf Laser GmbH & Co. KG
 - Trumpf Laser- & Systemtechnik GmbH
 - Trumpf Maschinen AG
 - Trumpf Maschinen Austria
 - Trumpf Medizin Systeme
 - Trumpf Sachsen GmbH
 - Trumpf Werkzeugmaschinen
 - United Technologies

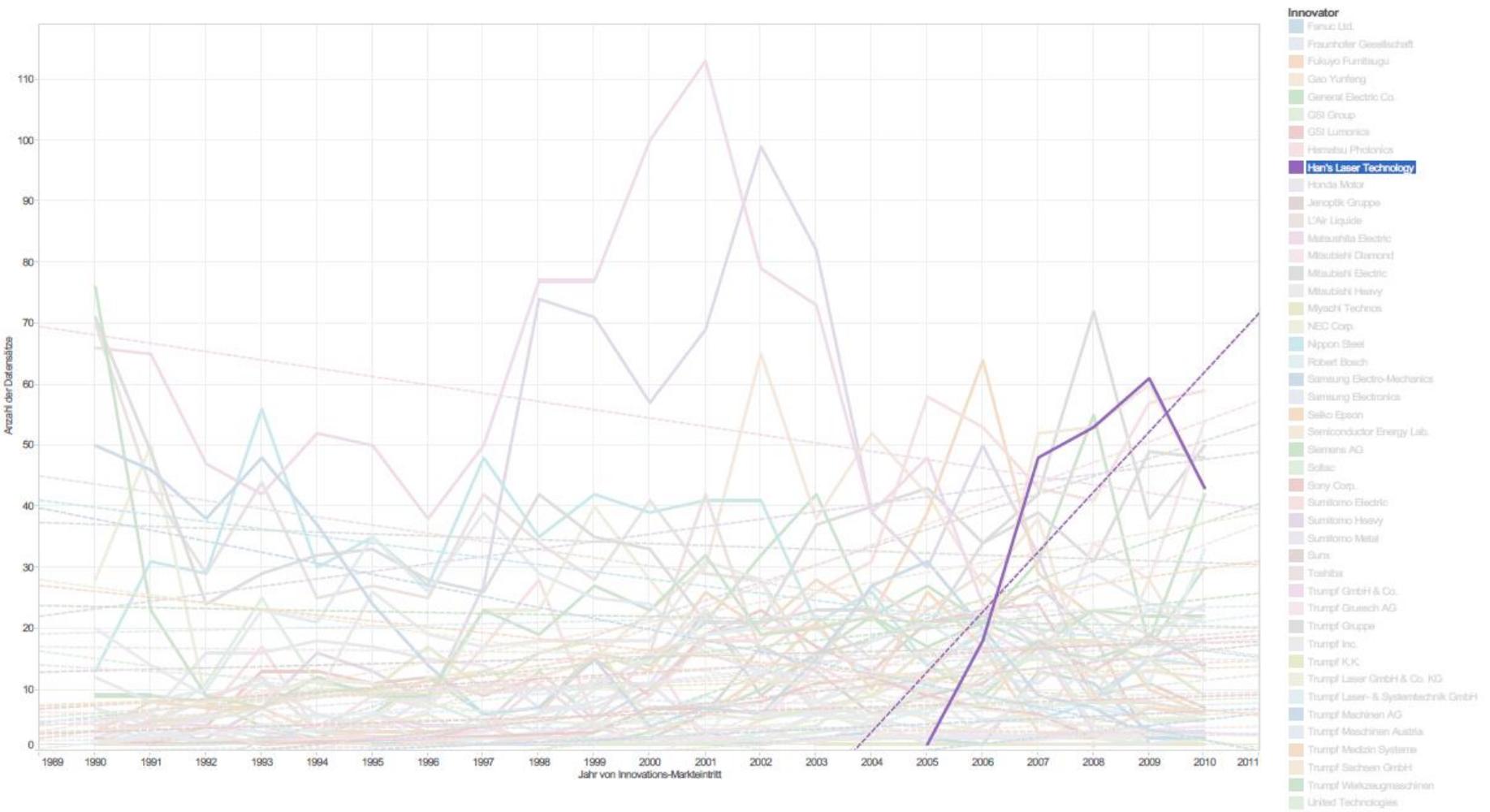
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Hamatsu-Photonics Innovations-Globalisierungs-Trend



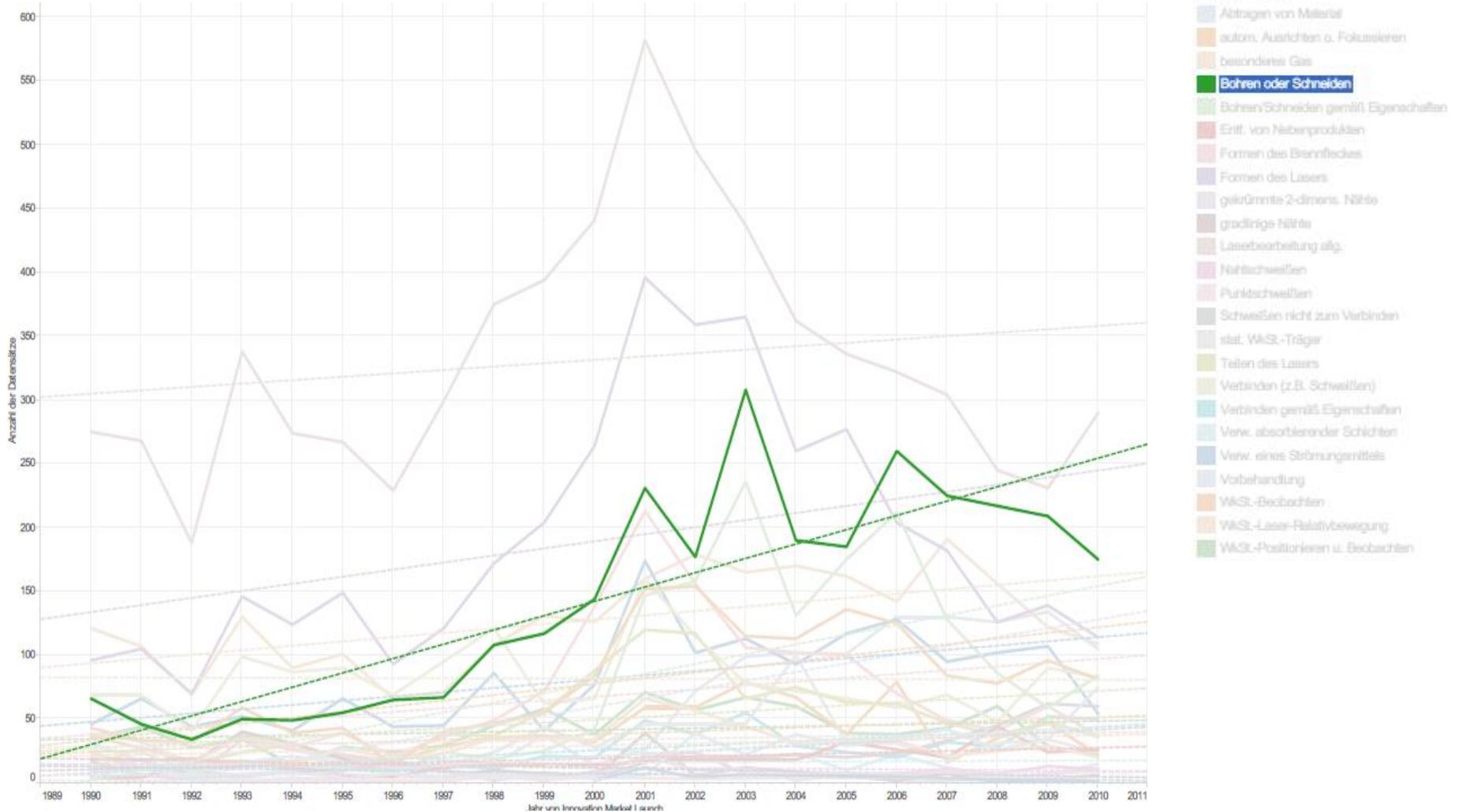
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Han's Laser Technologies Innovations-Globalisierungs-Trend



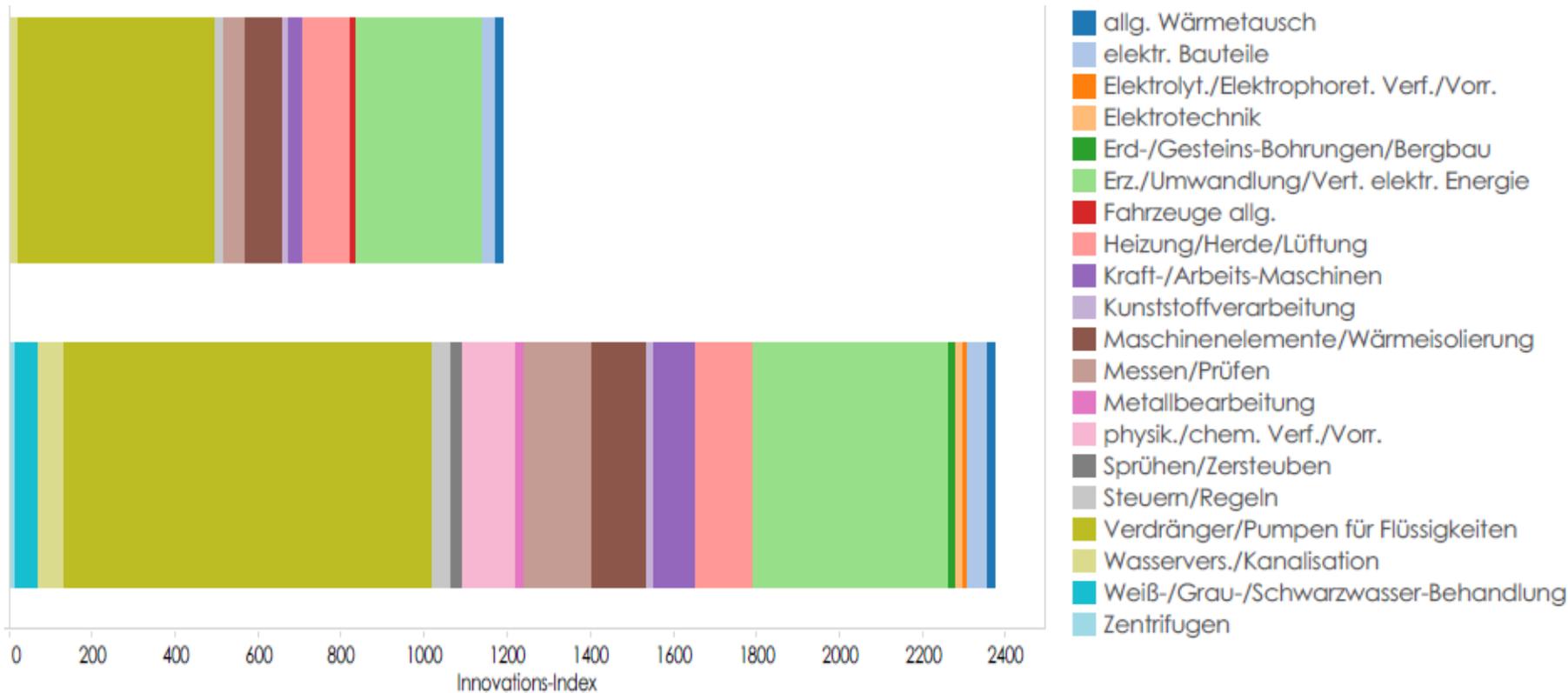
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Laser-Bohren und -Schneiden Trend



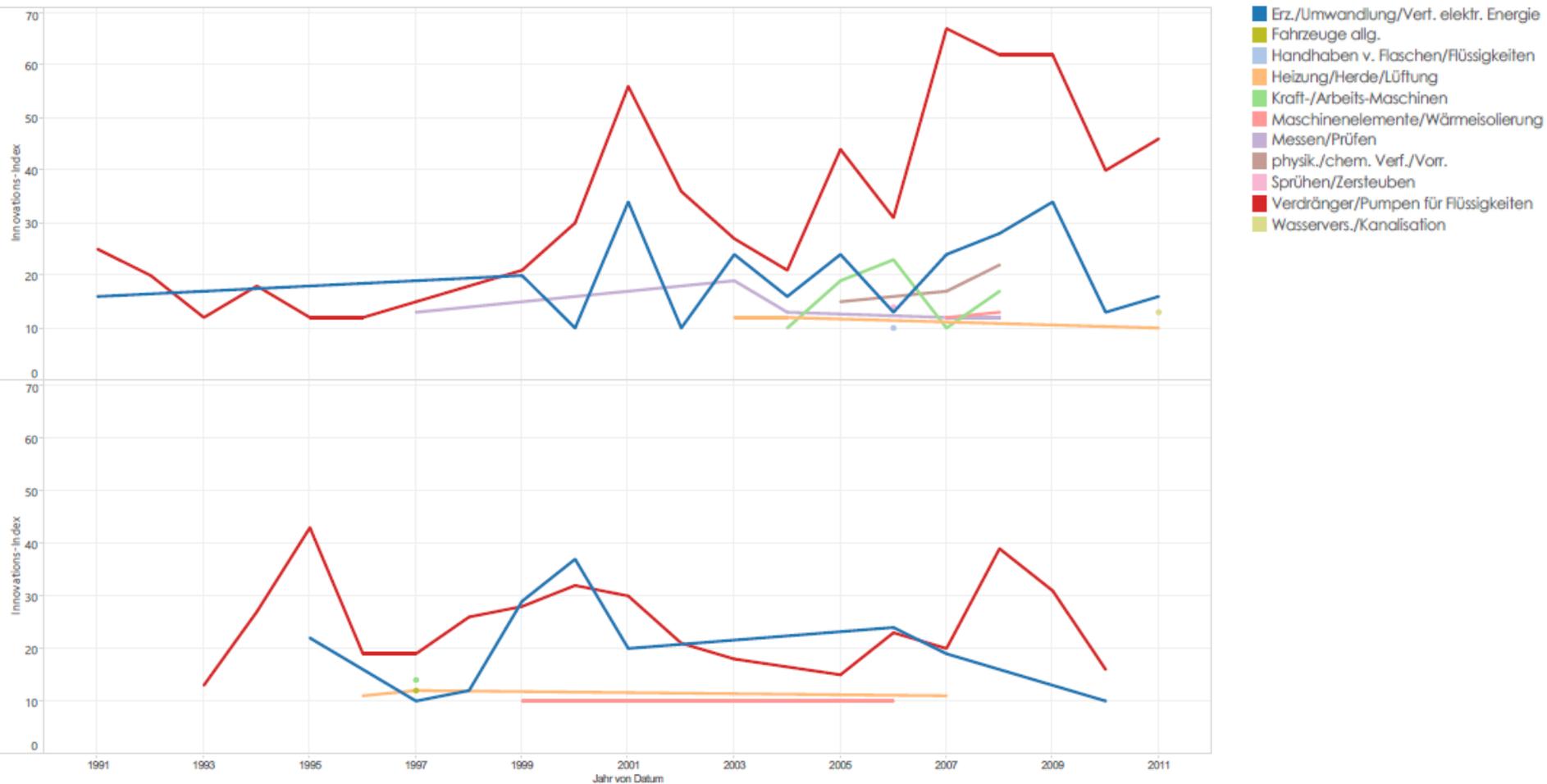
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Wettbewerber Innovations-DNS



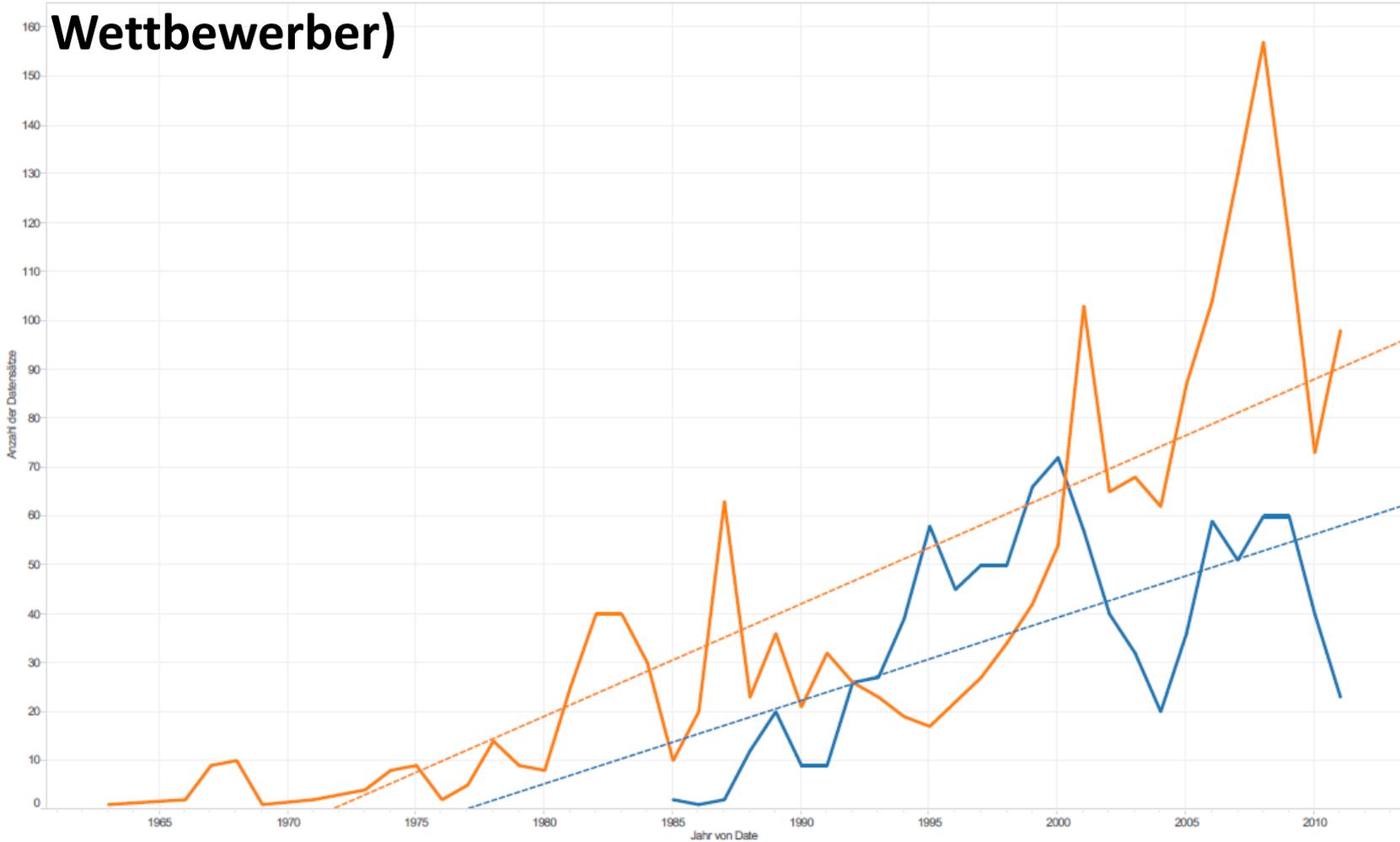
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Technologie-Trends von 2 Wettbewerbern

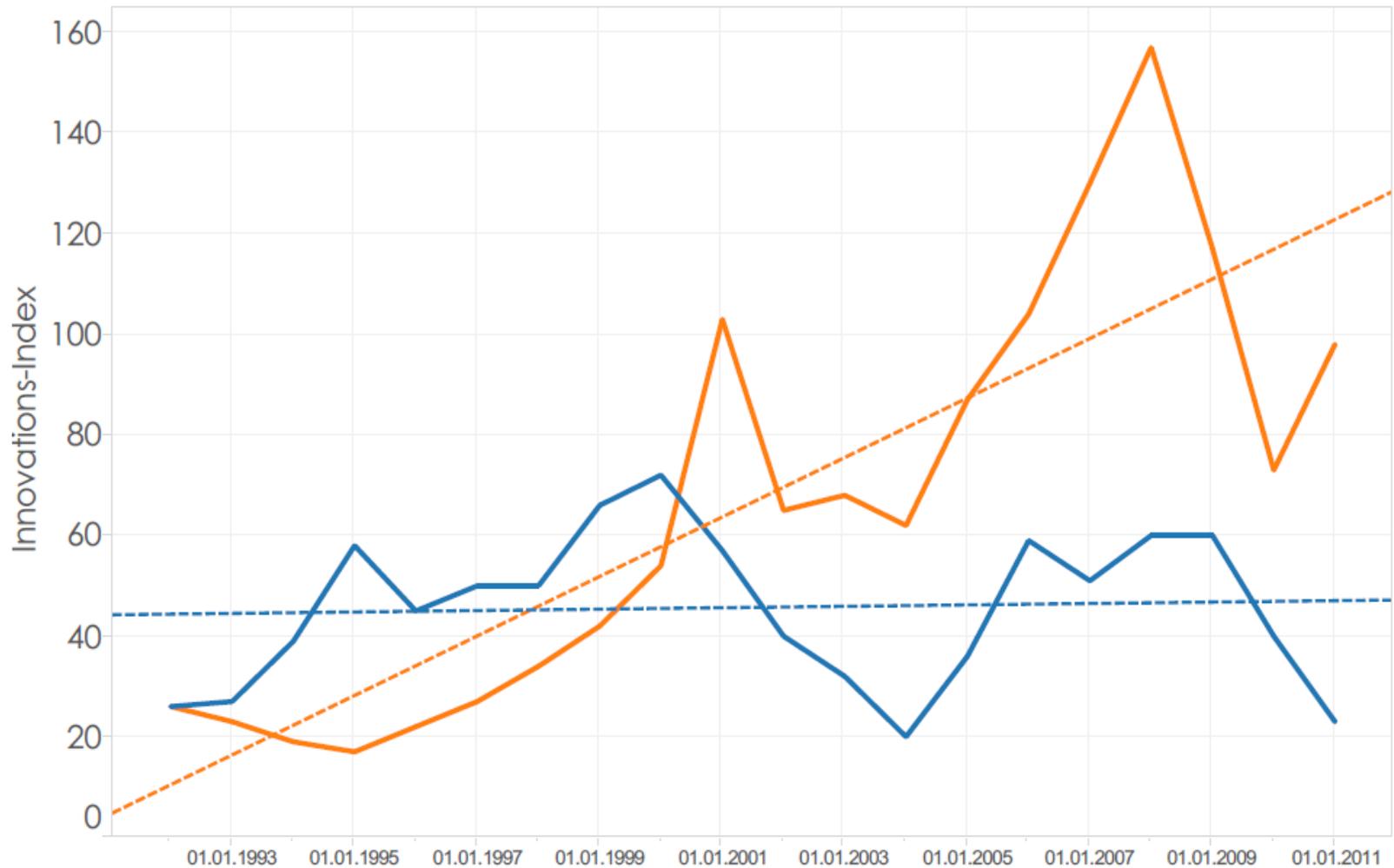


Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Benchmarking von Innovationskräften (hier 2 unmittelb. Wettbewerber)

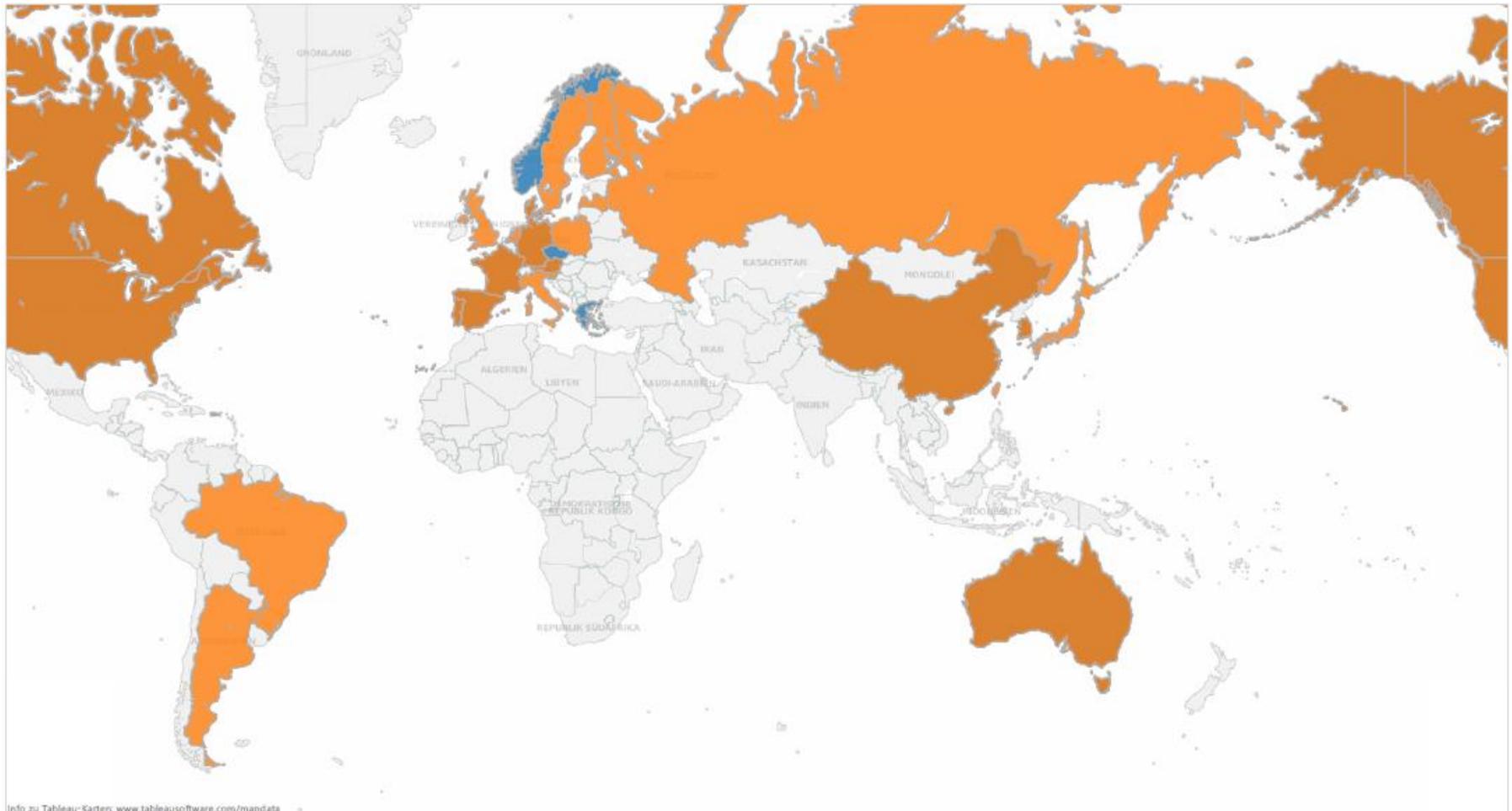


Innovations-Trends



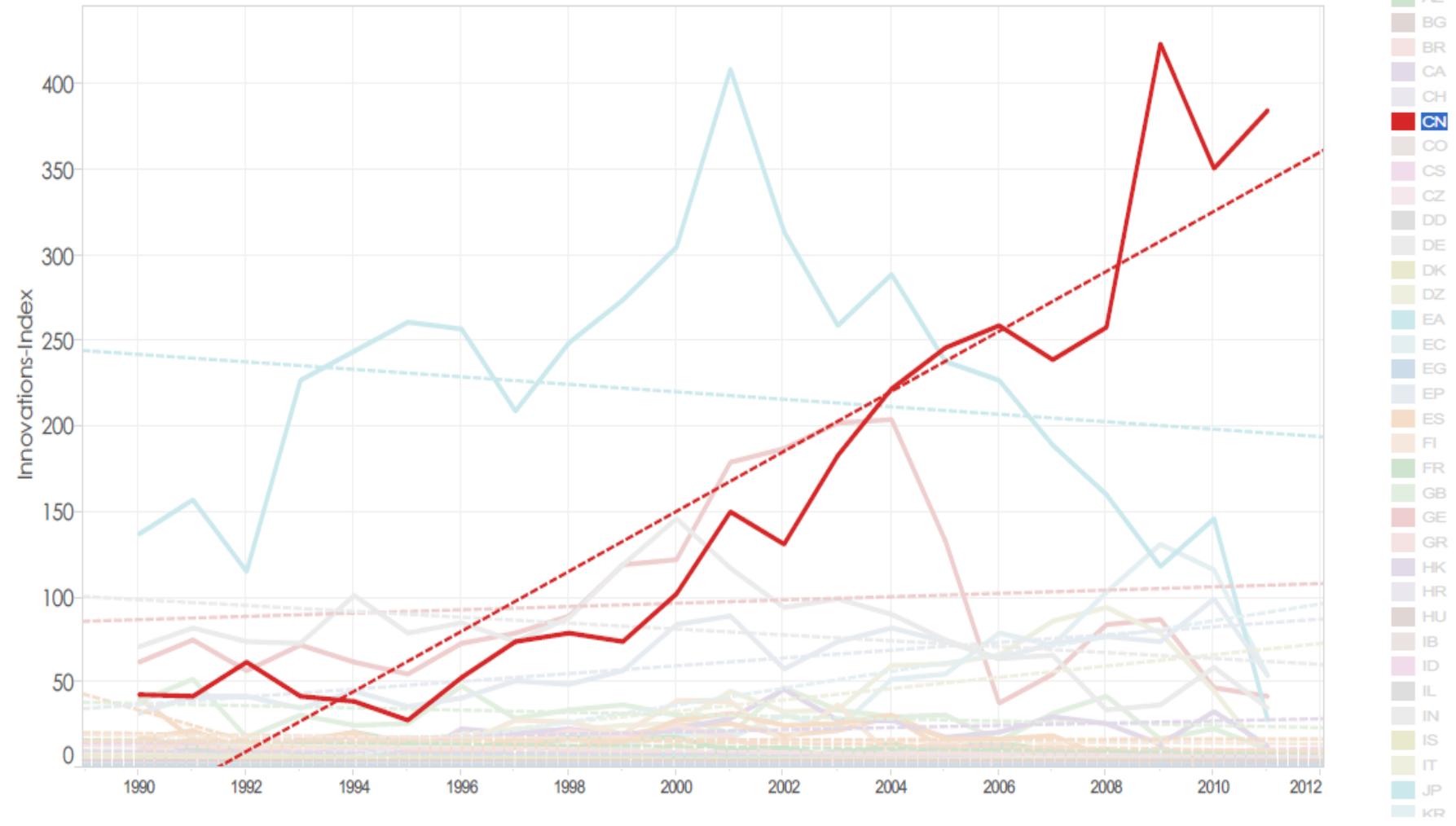
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

Weltmarkt-Aufteilung



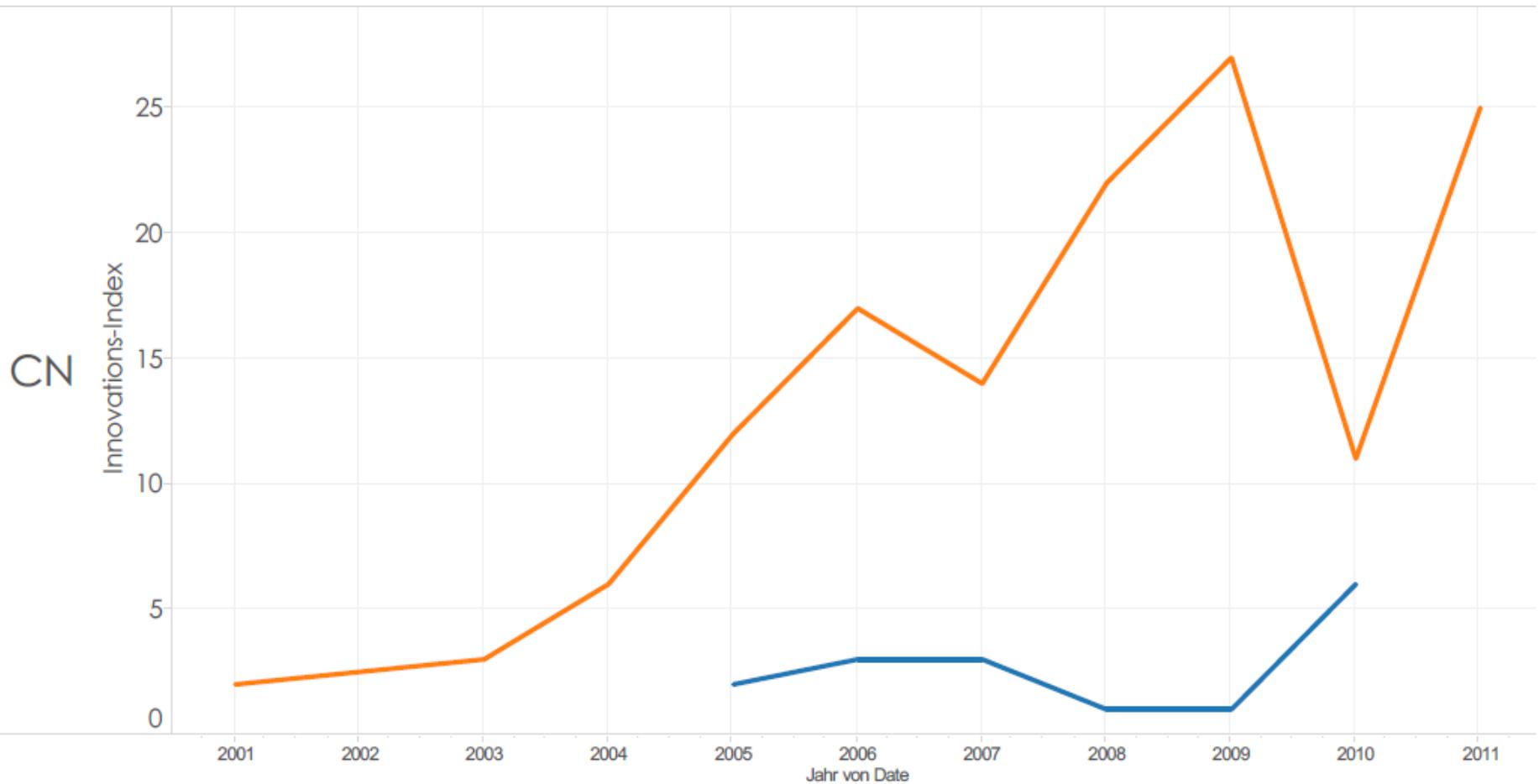
Phase 1 Auswahl und erste Bewertung

CN-Markt-Trend für Pump-Einrichtungen und -Anlagen



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
Sum	72	91	74	67	75	71	76	81	81	85



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?

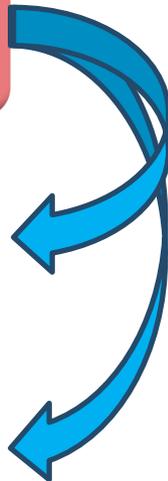
Übersicht über die Schutzrechte weltweit und deren Schutzdauer

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



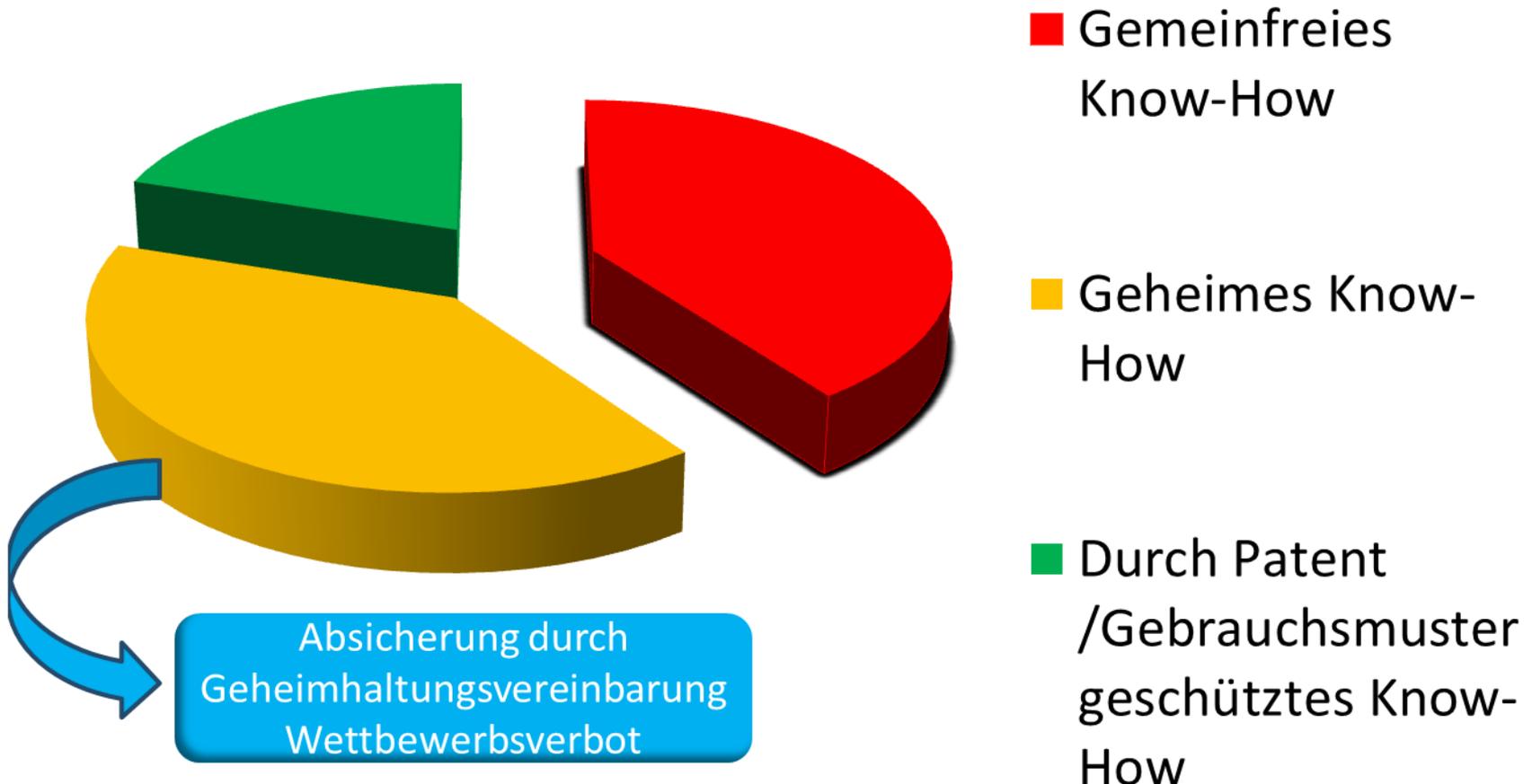
Marken

Design-
unternehmen

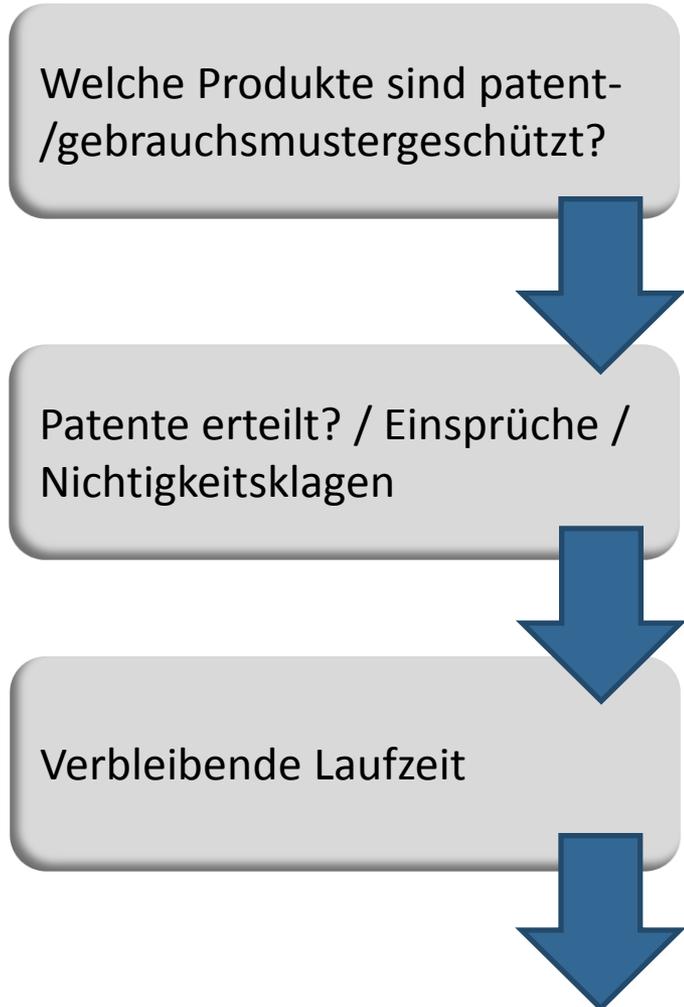


Designs /
Urheberrechte

Technologisches Know-How des Unternehmens

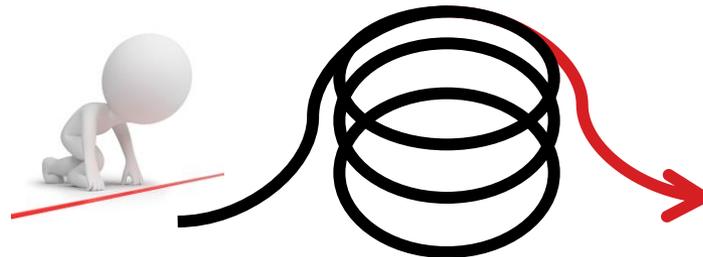


Phase 3 Due Diligence Intellectual Property



Wirtschaftlich relevante Produkte erfasst?

Prototyp <-> Produkt



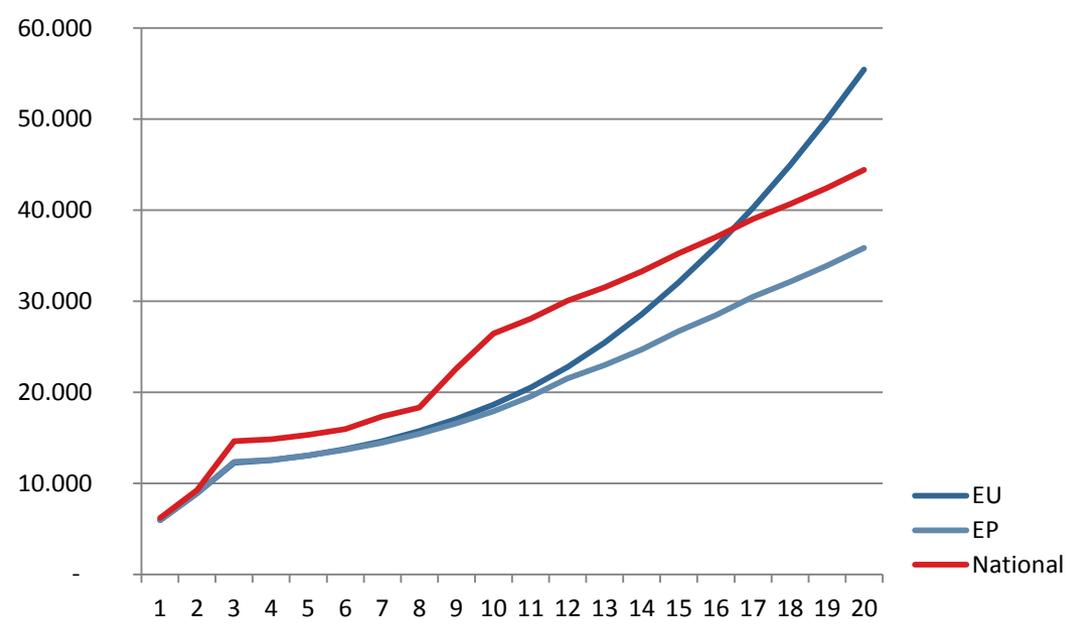
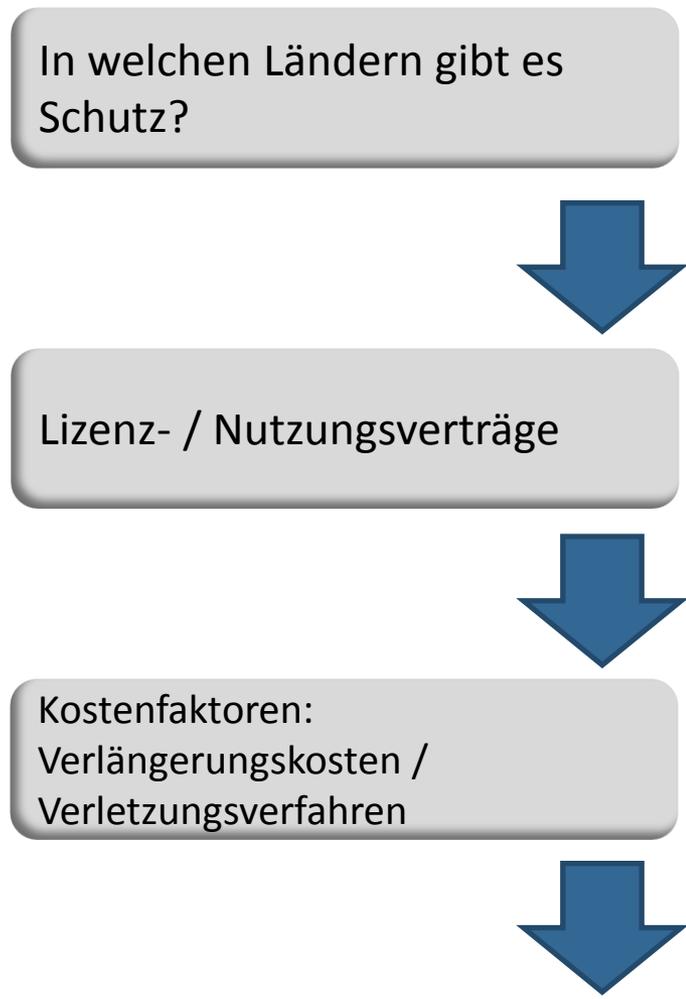
Erteilungsdauer ~ 2 - 5 Jahre

Maximale Laufzeit ~ 20 Jahre

The text is contained within a large red arrow pointing to the right.



Phase 3 Due Diligence Intellectual Property



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

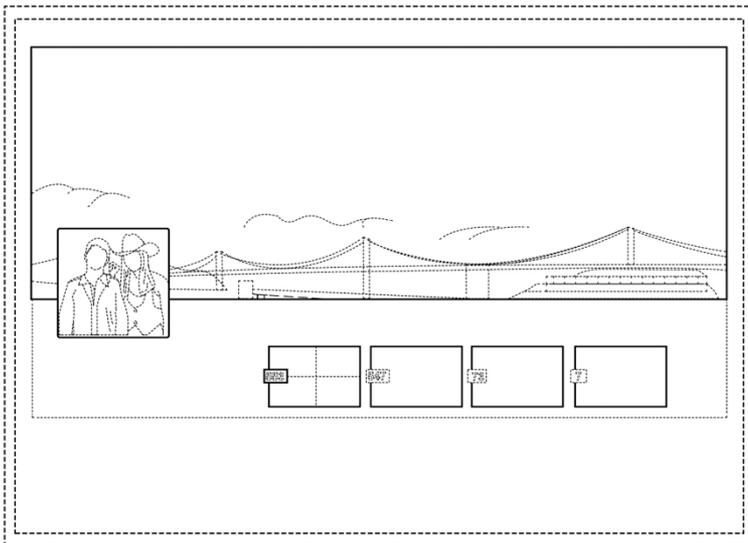
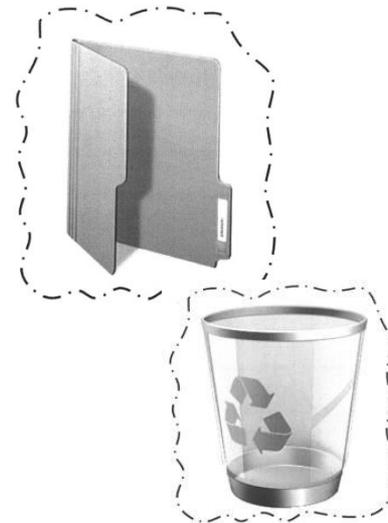
Recherchen

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 !