

---

Newsletter, 3. Ausgabe 2008

---

# IP/IT

## Intellectual Property/ Information Technology

---

- |  |         |
|--|---------|
| <b>UWG-Novelle: Änderung des Wettbewerbsrechtes</b>  | Seite 2 |
| <b>Teilnahmebedingungen bei Gewinnspielen</b><br>(OLG Köln, Urteil vom 12. September 2007 – Az. 6 U 63/07)   | Seite 3 |
| <b>Datenschutz beim Rabatt-System „HappyDigits“</b><br>(OLG Köln, Urteil vom 14. Dezember 2007 – Az. 6 U 121/07)                                       | Seite 4 |
| <b>Bundesgerichtshof legt Kriterien für die rechtserhaltende Benutzung einer Dienstleistungsmarke fest</b> (Urteil vom 18. Oktober 2007 – I ZR 162/04) | Seite 5 |
| <b>IT-Compliance: E-Discovery, Internal Investigation und Post-Merger Integration</b>  | Seite 6 |



# UWG-Novelle: Änderung des Wettbewerbsrechtes

Am 21. Mai 2008 hat das Bundeskabinett den Entwurf zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verabschiedet. Dieses Gesetz dient der Umsetzung europarechtlicher Vorgaben über unlautere Geschäftspraktiken. Es soll den Verbraucherschutz erhöhen und für mehr Rechtssicherheit sorgen. Die wichtigsten Änderungen sind:

## Geschäftliche Handlung statt Wettbewerbshandlung

Der Begriff der „Wettbewerbshandlung“ wird durch den der „geschäftlichen Handlung“ ersetzt. Erfasst sind damit über die reine Publikumswerbung hinaus auch die Phasen der Vertragsanbahnung und -durchführung. Der Anwendungsbereich des UWG vergrößert sich dadurch beträchtlich.

## „Black List“

Das reformierte UWG wird eine „Schwarze Liste“ von geschäftlichen Handlungen enthalten, die unter allen Umständen verboten sind. Eine tatsächliche Irreführung des Verbrauchers oder eine Eignung zur Marktbeeinflussung ist danach nicht mehr erforderlich. Zu den insgesamt 30 ausdrücklich aufgelisteten Verboten gehören u. a.:

- die unwahre Behauptung, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodexes zu gehören (Nr. 1 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG-E);
- die Verwendung von Gütezeichen und Qualitätskennzeichen ohne die erforderliche Genehmigung (Nr. 2 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG-E);
- die Vermittlung des Eindruckes, gesetzlich ohnehin bestehende Rechte wie Widerrufs- oder Rücktrittsrechte stellen eine Besonderheit des Angebots dar (Nr. 10 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG-E);
- die unwahre Angabe, der Unternehmer werde demnächst sein Geschäft aufgeben (Nr. 15 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG-E);
- die Übermittlung von Werbematerial unter Beifügung einer Zahlungsaufforderung, wenn damit der unzutreffende Eindruck vermittelt wird, die beworbene Ware sei bereits bestellt (Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG-E).

## Aufwertung von Selbstverpflichtungen

Nach dem Gesetz soll es künftig auch verboten sein, wahrheitswidrig die Einhaltung von Selbstverpflichtungen im Rahmen von Verhaltenskodizes zu behaupten (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 6 UWG-E). Hierunter fällt z.B. die unwahre Behauptung, den Verhaltenskodex des Deutschen Presserates einzuhalten.

## Informationspflichten

Neben der irreführenden Handlung regelt der Regierungsentwurf auch die irreführende Unterlassung. Unternehmen dürfen Verbrauchern nach dem Gesetzentwurf keine Informationen vorenthalten, die diese für ihre wirtschaftlichen Entscheidung benötigen (§ 5 a Abs. 2 UWG-E). Eine nicht abschließende Aufzählung solcher Informationen enthält § 5 a Abs. 3 UWG-E. Dies sind u. a. die wesentlichen Merkmale der Ware, die Identität und Anschrift des Unternehmers, der Endpreis sowie Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen und das Bestehen von Rücktritts- und Widerrufsrechten.

## In-Kraft-Treten der Änderungen

Das Gesetz bedarf noch der Zustimmung durch den Bundesrat. Die Vorgaben der EU-Richtlinie sind allerdings ohnehin bereits seit Dezember 2007 bei Anwendung des derzeit geltenden Rechts zu berücksichtigen, da die Umsetzungsfrist bereits abgelaufen ist.

# Teilnahmebedingungen bei Gewinnspielen

(OLG Köln, Urteil vom 12. September 2007 – Az. 6 U 63/07)

## Der Fall

Das OLG Köln (Az. 6 U 63/07) hatte darüber zu entscheiden, ob die Koppelung der Teilnahme an einem Gewinnspiel an die Überlassung von persönlichen Daten zu Werbezwecken rechtmäßig ist. Gegenstand der Entscheidung war ein von der Beklagten im Internet durchgeführtes Gewinnspiel, bei dem Eintrittskarten für die Fußball-Weltmeisterschaft im Jahre 2006 verlost wurden. Nach Beantwortung einer recht einfachen Gewinnspielfrage sollten die Teilnehmer auch Angaben zu ihrer Person machen. Auf dieser Webseite befanden sich zwei Kontrollkästchen. Sie betrafen zum einen das Einverständnis mit der Weiterleitung von Vertragsdaten und der Zusendung von Werbung, zum anderen die Annahme der Teilnahmebedingungen des Gewinnspiels. Wer versuchte, ohne Einverständniserklärung teilzunehmen, wurde von der Webseite automatisiert darauf hingewiesen, dass die Angaben noch nicht vollständig seien. Letztlich war eine Teilnahme nur möglich, wenn das Einverständnis zur Datenverwertung erteilt wurde. Hierin sah der Kläger einen Verstoß gegen Wettbewerbsrecht und klagte auf Unterlassung.

## Die Entscheidung

Das Gericht sah in der Koppelung des Gewinnspiels an die Datenfreigabe ein wettbewerbswidriges Verhalten und gab daher dem Unterlassungsantrag statt.

Die konkrete Gestaltung des Gewinnspiels war nach Ansicht des Gerichtes geeignet, die Entscheidungsfreiheit der angesprochenen Verbraucher in unangemessener, unsachlicher Weise zu beeinträchtigen. Denn die Tatsache, dass eine Teilnahme nur unter Erteilung des Einverständnisses zur Datenverwertung möglich war, wurde erst erkennbar, wenn sich der Nutzer bereits zur Teilnahme entschlossen hatte. Der angestrebte Schutz der eigenen Privatsphäre war danach nur durch Rücknahme dieser Entscheidung möglich, sodass der Nutzer in eine Zwangslage geriet.

## Unser Kommentar

Die Entscheidung erläutert das Zusammenspiel von Datenschutzregelungen und Wettbewerbsrecht. Wird ein Verbraucher nicht ausreichend darauf hingewiesen, dass er nur unter Preisgabe eines Teils seiner Privatsphäre an einem Gewinnspiel teilnehmen kann, ist dies wettbewerbswidrig.

Zukünftig wird also bei der Veranstaltung von Gewinnspielen (neben den allgemeingültigen wettbewerbsrechtlichen Beschränkungen) auch auf die Information der möglichen Teilnehmer über datenschutzrechtlich relevante Bedingungen zu achten sein. Allerdings wurden im konkreten Fall WM-Tickets verlost. Ob das Versprechen weniger begehrter Gewinne die Beurteilung der vom Gericht unterstellten Zwangslage für den Teilnehmer ändern kann, hat das Gericht dagegen nicht entschieden.

# Datenschutz beim Rabatt-System „HappyDigits“

(OLG Köln, Urteil vom 14. Dezember 2007 – Az. 6 U 121/07)

## Teilnahme am Rabatt-System

Das OLG Köln hatte über die Zulässigkeit einiger Regelungen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Betreibers des bekannten Rabatt-Systems „HappyDigits“ zu entscheiden. Allgemeine Geschäftsbedingungen sind nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) unzulässig, wenn sie den Verbraucher, hier also den Teilnehmer an dem Rabattprogramm, gegenüber den gesetzlichen Vorgaben unangemessen benachteiligen. Der Kläger sah in den angegriffenen Vertragsbedingungen Verstöße gegen Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG), welche unangemessene Benachteiligungen nach sich ziehen würden. Bis auf eine Ausnahme entsprachen die Bedingungen nach Ansicht der Richter allerdings den gesetzlichen Vorgaben.

## Angabe des Geburtsdatums

Die von dem Betreiber des Rabattsystems geforderte Angabe des Geburtsdatums ist nach Ansicht der Richter für die Durchführung des Vertrages erforderlich und damit auch datenschutzrechtlich zulässig. Der Betreiber habe ein berechtigtes Interesse daran festzustellen, ob der Teilnehmer volljährig ist. Gegenüber der bloßen Möglichkeit zum Ankreuzen („Ich bin volljährig ja/nein“) biete die Angabe des Geburtsdatums eine höhere Gewähr für die Richtigkeit der Angaben.

## Speicherung und Weitergabe der Daten über die von dem Teilnehmer gekauften Waren

Ebenfalls rechtmäßig ist nach Ansicht des Gerichtes eine Klausel, durch die sich der Betreiber das Recht einräumt, die Daten über die „Warengruppe“ der von dem Teilnehmer gekauften Waren an die an dem System beteiligten Unternehmen weiterzuleiten. Die Speicherung und Weitergabe ist erforderlich und damit zulässig, weil der Kunde nur so nachvollziehen könne, ob ihm die ihm zustehenden Punkte auch gutgeschrieben wurden. Dabei wird zwar auch gezielte Werbung ermöglicht, dies sei aber hinzunehmen.

## Weitergabe von persönlichen Daten zu Werbezwecken

Demgegenüber ist eine Klausel, die das Einverständnis des Teilnehmers zur Verarbeitung von Daten und der Übersendung von Werbung durch den Betreiber und seine Partnerunternehmen vorsieht, unwirksam. Wirksam wäre ein solches Einverständnis nur durch eine ausdrückliche Erklärung des

Teilnehmers („Opt-In-Regelung“). Nach den AGB des „HappyDigits“-Programms hatte der Teilnehmer aber nur das Recht, durch Streichen der Klausel sein Einverständnis zu verweigern („Opt-Out-Regelung“). Zur Begründung ihrer Entscheidung verwiesen die Richter darauf, dass der Teilnehmer wegen der Attraktivität des sonstigen Angebotes verleitet werde, sich zu einem Einverständnis bereit zu erklären. Nur eine „Opt-In-Regelung“ mit der Notwendigkeit, eine ausdrückliche Erklärung abzugeben, könne ihn davon abhalten, eine Erklärung letztlich gegen seinen Willen abzugeben.

## Besser Opt-In

Das Urteil bestätigt und konkretisiert nochmals die Vorgaben des BDSG. Danach kann die Erhebung von Daten auch dann erforderlich sein, wenn zwar eine weniger belastende Regelung möglich, aber nicht gleich effektiv wäre. Der Verbraucher muss davor geschützt werden, leichtfertig und unüberlegt sein Einverständnis zur Verwertung von persönlichen Daten zu erteilen bzw. nicht zu verweigern, nur weil er von dem sonstigen Angebot des Unternehmens überzeugt ist. Unternehmen sind daher weiterhin gut beraten, das Einverständnis des Nutzers ausdrücklich einzuholen und diesen Vorgang zu dokumentieren.

# Bundesgerichtshof legt Kriterien für die rechtserhaltende Benutzung einer Dienstleistungsmarke fest

(Urteil vom 18. Oktober 2007 – I ZR 162/04)

## Der Fall

Die Beklagte ist Inhaberin der Wortmarke „AKZENTA“, die seit 1990 für verschiedene Dienstleistungen im Versicherungswesen einschließlich der Vermittlung von Versicherungen beim Deutschen Marken- und Patentamt eingetragen ist. Seit 1991 verwendet eine Lizenznehmerin das Zeichen auf Geschäftskorrespondenz, Briefbögen und Umschlägen, Visitenkarten und Rechnungen, und zwar jeweils in Verbindung mit der konkreten Dienstleistung und dem Rechtsformzusatz der Lizenznehmerin. Die Klägerin sah darin keine Benutzung der Marke und verlangte deshalb Löschung derselben.

## Die Entscheidung

Eingetragene Waren- oder Dienstleistungsmarken genießen nur dann Schutz vor der Nutzung durch Dritte, wenn sie – nach Ablauf einer sogenannten „Schonfrist“ von fünf Jahren – auch tatsächlich als Marken genutzt werden. Der BGH hat nun Kriterien aufgestellt, die für die Benutzung von Dienstleistungsmarken gelten. Danach fehlt es an einer rechtserhaltenden Benutzung, wenn das Zeichen ausschließlich als Unternehmenskennzeichen und nicht zugleich zumindest auch als Marke für das konkret vertriebene Produkt benutzt worden ist. Dies bedeutet, dass der angesprochene Verkehr die Benutzung zumindest auch als Unterscheidung für die Ware oder Dienstleistung im Sinne eines Herkunftshinweises ansehen muss. Somit lag im vorliegenden Fall zumindest für die Dienstleistung „Vermittlung von Versicherungen“ eine Benutzung vor. Bezüglich der weiteren eingetragenen Dienstleistungen hat der BGH den Fall an das OLG Köln zurückverwiesen.

## Die Kriterien im Einzelnen

Dem Urteil lassen sich allgemein folgende Kriterien für die rechtserhaltende Benutzung von Dienstleistungen entnehmen:

- **Benutzungshandlung.** Bei Benutzung einer Dienstleistungsmarke ist eine körperliche Verbindung zwischen Marke und dem Produkt nicht möglich. Deswegen kommen als Benutzungshandlungen grundsätzlich nur die Anbringung der Marke am Geschäftslokal sowie die Benutzung auf Gegenständen in Betracht, die bei der Erbringung der

Dienstleistung zum Einsatz gelangen, so z.B. auf Berufskleidung, Geschäftsbriefen, Preislisten etc. Die zusätzliche Nennung der Rechtsform des Benutzers o.ä. ist unschädlich.

- **Herkunftshinweis.** Der Verkehr muss die Benutzung des Zeichens zumindest auch als Herkunftshinweis verstehen und nicht nur als Benennung des Geschäftsbetriebes. Allerdings stimmen bei Dienstleistungsmarken die Marke und die Firma in vielen Fällen überein. Der Verkehr ist daran gewöhnt. Daher wird der Verkehr regelmäßig die Verwendung des (identischen) Unternehmensnamens, wenn sie in Zusammenhang mit einer konkret bezeichneten Dienstleistung steht, als Hinweis auf die von dem Unternehmen erbrachte Dienstleistung verstehen.

# IT-Compliance: E-Discovery, Internal Investigation und Post-Merger Integration

## **E-Discovery in Deutschland**

Jedes international ausgerichtete Unternehmen mit Geschäftstätigkeit in den USA muss spätestens bei gerichtlichen Auseinandersetzungen damit rechnen, seine elektronischen Daten als Beweismittel offenlegen zu müssen. Denn aufgrund von „Electronic Discovery“-Regelungen können Unternehmen verpflichtet werden, elektronisch gespeicherte Informationen zu reproduzieren, wenn diese als Beweismittel in einem Gerichtsverfahren in Betracht kommen. Die Rechts- und IT-Abteilungen vieler Firmen werden aber nicht nur durch diese in einigen Rechtsordnungen verankerten eDiscovery-Bestimmungen vor große Herausforderungen gestellt. Vielmehr ist eine Reproduktion digitaler Informationen oft auch im Rahmen einer „Post Merger“-Untersuchung oder etwa bei der Aufklärung von Unregelmäßigkeiten im Unternehmen (Stichworte Wirtschaftskriminalität und Kartellrecht) und somit anlässlich einer internen Revision („Internal Investigation“) notwendig.

## **USA-Import: Nach SOX nun auch eDiscovery**

Wie viele andere Vorgaben im Bereich IT-Compliance stammen auch die prozessualen Anforderungen von eDiscovery aus Übersee. eDiscovery (in Großbritannien „eDisclosure“ genannt) ist die in den Prozessordnungen mancher Länder vorgesehene Beweissammlung von elektronisch gespeicherten Informationen. Dieses Verfahren ist damit vor allem für Parteien relevant, die beispielsweise in den USA ansässig sind, denn dort erlaubt Abschnitt V der „Federal Rules of Civil Procedure (FRCP)“ in Zivil-, Verwaltungs- und Strafverfahren den Zugriff auf elektronisch gespeicherte Daten des Unternehmens. Auch deutsche Gesellschaften, die entweder direkt oder mittelbar über ein Konzernunternehmen in den USA tätig sind, müssen aber damit rechnen, neben den allgemein geltenden Anforderungen von ITCompliance mit den Auswirkungen von eDiscovery konfrontiert zu werden.

## **Die Anforderungen von eDiscovery an die Herausgabe digitaler Informationen**

Nach US-amerikanischem Recht sind neben E-Mails auch beweisrelevante Zeichnungen, Grafiken, Tabellen, Fotos, Sprachnachrichten, Tonbandaufzeichnungen und andere Datensammlungen einschließlich elektronisch gespeicherter Informationen („Electronically Stored Information“) grundsätz-

lich herausgabepflichtig. Auch Entwürfe, Anmerkungen und Notizen zu diesen Dokumenten sowie gegebenenfalls unterschiedliche Bearbeiterversionen dieser Dokumente sind vom Umfang der eDiscovery umfasst. Zu den elektronisch gespeicherten Informationen gehören schließlich auch die Metadaten, also alle Zusatzinformationen zu den Dokumenten wie Name des Bearbeiters, Datum der Erstellung und der letzten Änderung, etc.

## **Konzernweite Herausgabepflicht für elektronische Daten**

Die prozessuale Pflicht zur Offenlegung relevanter Dokumente und elektronischer Daten betrifft zunächst allein diejenigen Informationen, die sich im Besitz der in den USA verklagten Parteien befinden. Dennoch kann sich diese Offenlegungspflicht auch auf solche Dokumente erstrecken, die sich im Besitz einer Konzerngesellschaft befinden, selbst wenn diese gar nicht Partei des Verfahrens ist. Denn die US-amerikanischen Gerichte haben nicht nur ein weitreichendes Verständnis bei der Annahme der US-amerikanischen „Jurisdiction“ und dem Begriff „Dokumente“, sondern sind auch bei der Auslegung des Tatbestandsmerkmals „Control“ großzügig. Über diese „Kontrollmöglichkeit“ wird von den US-Gerichten oftmals eine Herausgabepflicht auch nicht am Prozess beteiligter ausländischer Gesellschaften hergeleitet, sofern eine rein tatsächliche Kontrollmöglichkeit bezüglich dieser Daten besteht. Dies gilt auch dann, wenn dieser faktischen Kontrollmöglichkeit geltendes (Datenschutz-) Recht entgegen steht.

## **Gefahr von Sanktionen der US-Gerichte**

Diese Haltung der Gerichte in den USA ist auch deshalb bemerkenswert, da es das Rechtsinstitut der eDiscovery in Deutschland gar nicht gibt und auch prozessual zunächst nicht durchgesetzt werden kann. Rein rechtlich betrachtet könnte sich daher eine nicht an dem Prozess in den USA beteiligte deutsche Gesellschaft weigern, die angeforderten Unterlagen herauszugeben. Die Nichteinhaltung einer „Discovery Order“ kann jedoch nach der „Doctrine of Spoliation“ zu erheblichen Sanktionen für die am Prozess beteiligte Konzerngesellschaft führen. Der Prozesspartei in den USA (und zwar auch bei der Weigerung einer europäischen Konzerngesellschaft, bei dem Auskunftsverlangen mitzuwirken) können neben dem Ausschluss eigener Beweismittel und einer

Art Beweislastumkehr bei absichtlicher Vorenthaltung von Beweisen ein Unterliegen im Rechtsstreit in den USA oder finanzielle Sanktionen wegen „Contempt of Court“ drohen. Zumindest mittelbar können sich daher die Vorschriften rund um eDiscovery auch auf in Deutschland ansässige Unternehmen auswirken.

#### **Handlungsbedarf für Unternehmen auch in Deutschland**

Um solche Sanktionen der eDiscovery zu vermeiden, aber auch um auf eine interne „Post Merger“-Untersuchung oder eine IT-gestützte „Internal Investigation“ vorbereitet zu sein, müssen die in den USA tätigen Unternehmen einschließlich ihrer im Ausland ansässigen Konzerngesellschaften entsprechende Prozesse einführen, um eine vollständige Aufbewahrung relevanter Dokumente (einschließlich deren Entwürfe und Metadaten) sicherzustellen. Zudem muss gewährleistet sein, dass die Vernichtung von relevanten Unterlagen und die Löschung elektronischer Daten konzernweit geregelt ist und spätestens

dann ausgesetzt wird, sobald ein Rechtsstreit vorhersehbar wird oder diese Daten anderweitig benötigt werden. Ein solcher „Evidence and Disclosure Management“-Prozess kann aber vor allem auch bei einer rein unternehmensinternen Aufklärung von Sachverhalten oder einer EDV-gestützten Überprüfung nach einer Unternehmensfusion überaus hilfreich sein.

Unternehmen sind daher nicht zuletzt auch unter dem Blickwinkel von IT-Compliance gut beraten, die bei der digitalen Archivierung und fristgebundenen Vernichtung von Geschäftsunterlagen geltenden Verfahren in enger Abstimmung zwischen Rechts- und IT-Abteilung auch im Hinblick auf die Anforderungen von eDiscovery und eine etwaige unternehmensinterne Revision zu überprüfen. Anschließend müssen diese Prozesse – unter Einschaltung des Datenschutzbeauftragten und des Betriebsrates – in einer Unternehmensrichtlinie („Document Retention Policy“) verbindlich festgelegt und im Konzern einheitlich umgesetzt werden.

---

#### **Impressum**

**Verleger:** Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Brückenstraße 2, 50667 Köln, Telefon +49 (221) 9937 0, Telefax +49 (221) 9937 110, [contact@luther-lawfirm.com](mailto:contact@luther-lawfirm.com)

**V.i.S.d.P.:** Dr. Michael Rath, Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Brückenstraße 2, 50667 Köln, Telefon +49 (221) 9937 0, Telefax +49 (221) 9937 110, [michael.rath@luther-lawfirm.com](mailto:michael.rath@luther-lawfirm.com)

**Grafische Gestaltung/Art Direction:** Vischer & Bernet GmbH, Agentur für Marketing und Werbung, Mittelstraße 11/1, 70180 Stuttgart, Telefon +49 (711) 23960 0, Telefax +49 (711) 23960 49, [contact@vischer-bernet.de](mailto:contact@vischer-bernet.de)

**Druck:** Zarbock GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt a. M., Telefon +49 (69) 420903 0, Telefax +49 (69) 420903 50, [team@zarbock.de](mailto:team@zarbock.de)

---

#### **Haftungsausschluss**

Ogleich dieser Newsletter sorgfältig erstellt wurde, wird keine Haftung für Fehler oder Auslassungen übernommen. Die Informationen dieses Newsletters stellen keinen anwaltlichen Rechtsrat dar und ersetzen keine auf den Einzelfall bezogene anwaltliche Beratung. Hierfür stehen unsere Ansprechpartner an den einzelnen Standorten zur Verfügung.

## Regionale Kontakte

### Berlin

Marcus Hotze  
marcus.hotze@luther-lawfirm.com  
Telefon +49 (30) 52133 0

### Düsseldorf

Dr. Detlef Mäder  
detlef.maeder@luther-lawfirm.com  
Telefon +49 (211) 5660 0

### Eschborn/Frankfurt a.M.

Dr. Wulff-Axel Schmidt  
wulff-axel.schmidt@luther-lawfirm.com  
Telefon +49 (6196) 592 0

### Hamburg

Dr. Geert Johann Seelig  
geert.johann.seelig@luther-lawfirm.com  
Dr. Kay Oelschlägel  
kay.oelschlaegel@luther-lawfirm.com  
Telefon +49 (40) 18067 0

### Köln

Dr. Markus Sengpiel  
markus.sengpiel@luther-lawfirm.com  
Dr. Michael Rath  
michael.rath@luther-lawfirm.com  
Telefon +49 (221) 9937 0

### München

Dr. Matthias Orthwein  
matthias.orthwein@luther-lawfirm.com  
Telefon +49 (89) 23714 0

### Stuttgart

Carsten Andreas Senze  
carsten.a.senze@luther-lawfirm.com  
Telefon +49 (6196) 592 0

Zusätzlich zu den regionalen Ansprechpartnern steht Ihnen als zentraler Kontakt für alle Anfragen im Bereich Informationstechnologie Herr Dr. Markus Sengpiel, Telefon +49 (221) 9937, und für Anfragen im Bereich Intellectual Property Herr Dr. Wulff-Axel Schmidt, Telefon +49 (6196) 592 0, gerne zur Verfügung.

---

[www.luther-lawfirm.com](http://www.luther-lawfirm.com)

Die Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH beschäftigt in Deutschland rund 280 Rechtsanwälte und Steuerberater und berät in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts. Zu den Mandanten zählen mittelständische und große Unternehmen sowie die öffentliche Hand. Luther unterhält Büros an 13 deutschen Standorten sowie in Brüssel, Budapest, Istanbul, Shanghai und Singapur und gehört dem internationalen Kanzleiverbund PMLG (Pinsent Masons Luther Group) sowie Taxand, dem weltweiten Netzwerk unabhängiger Steuerberatungspraxen an.

Berlin, Dresden, Düsseldorf, Eschborn/Frankfurt a. M., Essen, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, Mannheim, München, Nürnberg, Stuttgart | Brüssel, Budapest, Istanbul, Shanghai, Singapur

