



TaylorWessing

Regulierung von „Gatekeepern“ – Der Digital Markets Act

Webinar Digital-Regulierung #2

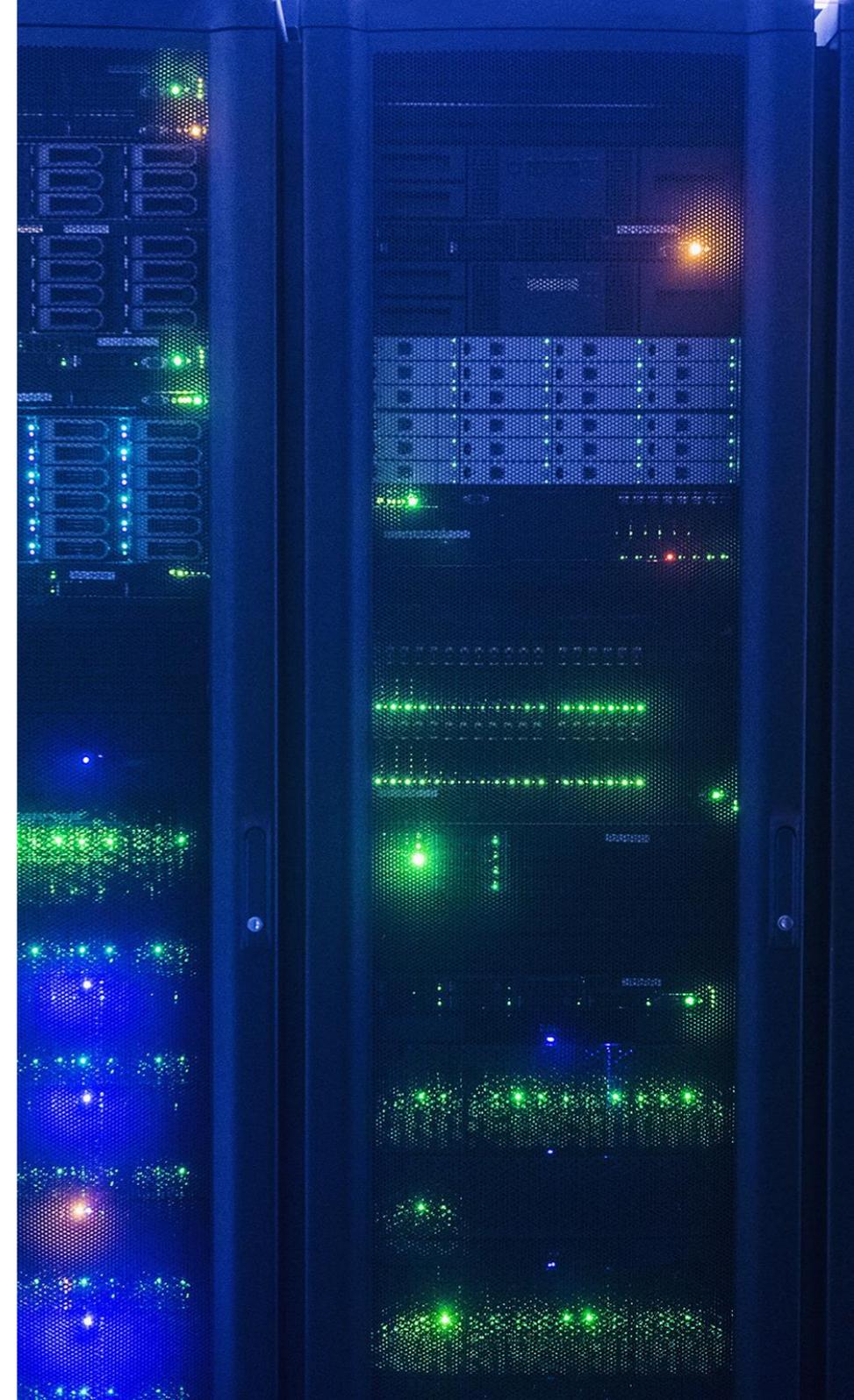
23. Juni 2021

Dr. Marco Hartmann-Rüppel, Dipl.-Volkswirt, Rechtsanwalt, Partner, Head of Competition, EU & Trade, Taylor Wessing, Hamburg/Brüssel

Dr. Stefan Horn, LL.B., Rechtsanwalt Salary Partner, Taylor Wessing, Hamburg

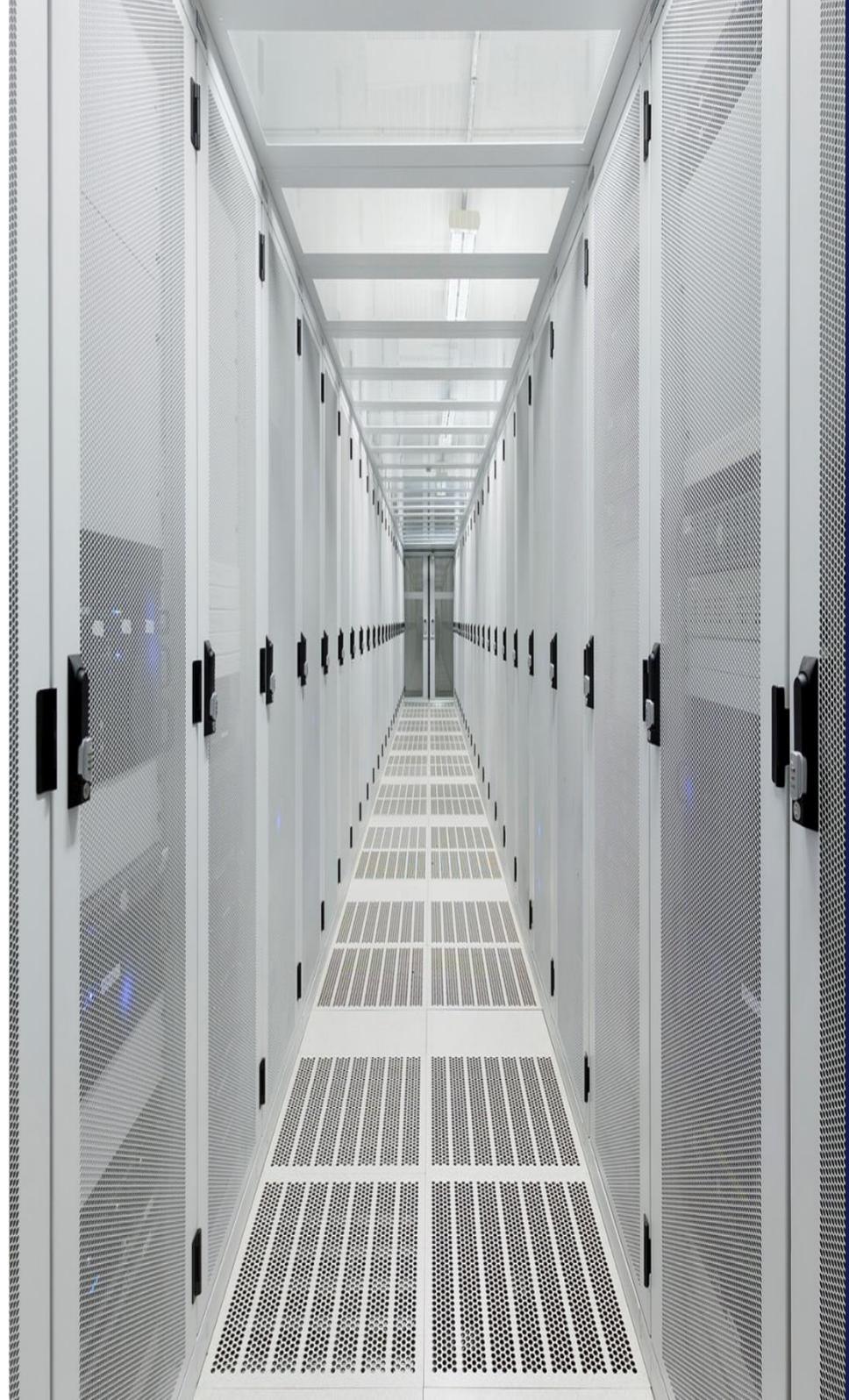
Überblick über die Inhalte

1	DMA-E – Woher/wohin? Gegenstand und Umfang. Regulierung. Gliederung.	3
2	Gatekeeper als Adressaten des DMA-E	8
3	Verhaltenspflichten von Gatekeepern	14
4	Rechtsfolgen bei Nichteinhaltung	23
5	Ihre Ansprechpartner	24



DMA-E – Woher kommt er? Wohin geht er?

- Entwurf der Kommission eines **Gesetzes über digitale Märkte** (**Digital Markets Act**, DMA-E) vom 15.12.2020
- Veröffentlicht zusammen mit Digital Services Act (DSA) als Kernelemente der EU-Digitalstrategie
- Gestartet im Juni 2020 als Vorschlag eines ‚New Competition Tool‘ und damit ergänzend zu den Art. 101, 102 AEUV
- Jetzt aber: **Regulierung über Verhaltensvorgaben für bestimmte Betreiber zentraler Plattformdienste** – und so *komplementär zum Wettbewerbsrecht*
- Grund? – manche vermuten „Zwang der Rechtsgrundlage“:
Art. 114 AEUV = Harmonisierung – statt Art. 103 (+ 352) AEUV für *Wettbewerbsrecht* d.h. „*Wettbewerbspolitik statt Wettbewerbsrecht*“
- Aktuell im Gesetzgebungsverfahren: Entwurf eines Berichts des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz (IMCO) zum DMA-E vom 1.6.2021



Gegenstand und Umfang des DMA-E

- Ziel: Wettbewerbsfähige und faire Märkte im digitalen Sektor
- Mittel: Regulierung der von **Gatekeepern** angebotenen zentralen Plattformdienste
- Betrifft Dienste, die in der EU niedergelassenen gewerblichen Nutzern oder in der EU niedergelassenen/sich aufhaltenden Endnutzern angeboten werden, unabhängig vom Ort der Niederlassung oder des Sitzes des Gatekeepers
- Prinzipien:
 - Keine Wirksamkeitsanalyse („no case-by-case“)
 - Kein Effizienzeinwand („no defence“)
(Ausnahme nur aus zwingenden Gründen des öffentlichen Interesses)
 - Liste der Verhaltenspflichten kann nur erweitert werden
 - Zentrale Durchsetzung durch Kommission
- DMA-E berührt nicht die Anwendung der Art. 101 und 102 AEUV und der nationalen Wettbewerbsgesetze der Mitgliedstaaten; Problem: Verhältnis zu § 19a GWB?

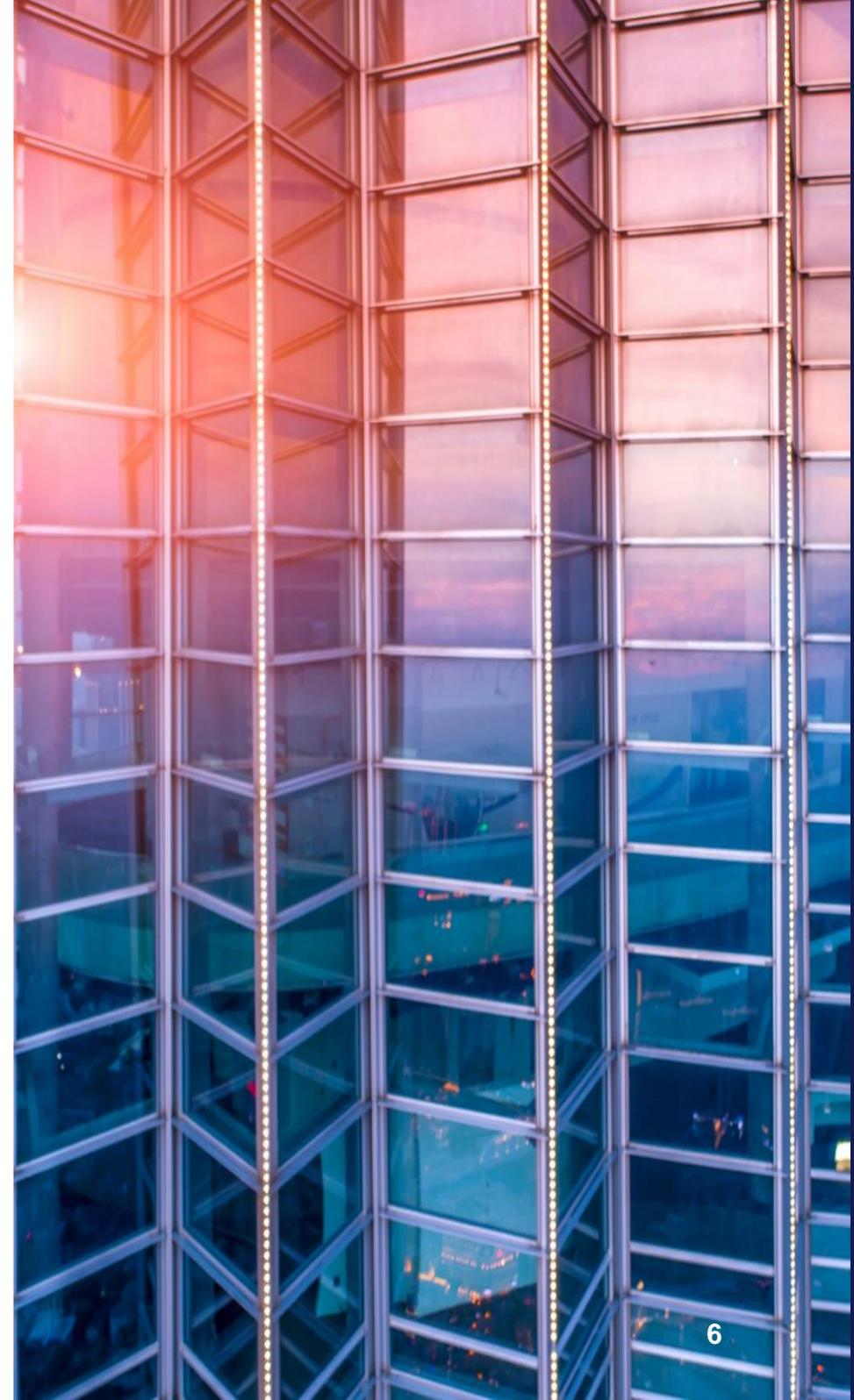


Wettbewerbsrecht vs. **Regulierung**

	Wettbewerbsrecht	vs.	DMA-E
Anwendungsbereich:	alle Branchen (ggf. mit Ausnahmen)	vs.	spezifisch für Digitalwirtschaft; hier: zentrale Plattformdienste
Perspektive:	ex post	vs.	ex ante
Ziele:	Wirksamer Wettbewerb	vs.	bestreitbare Märkte und Fairness
Art der Verbotsregelung:	Generalklausel (ggf. + Regelbeispiele)	vs.	„schwarze Liste“ (abschließend)
Betrachtungsweise:	dynamisch	vs.	statisch

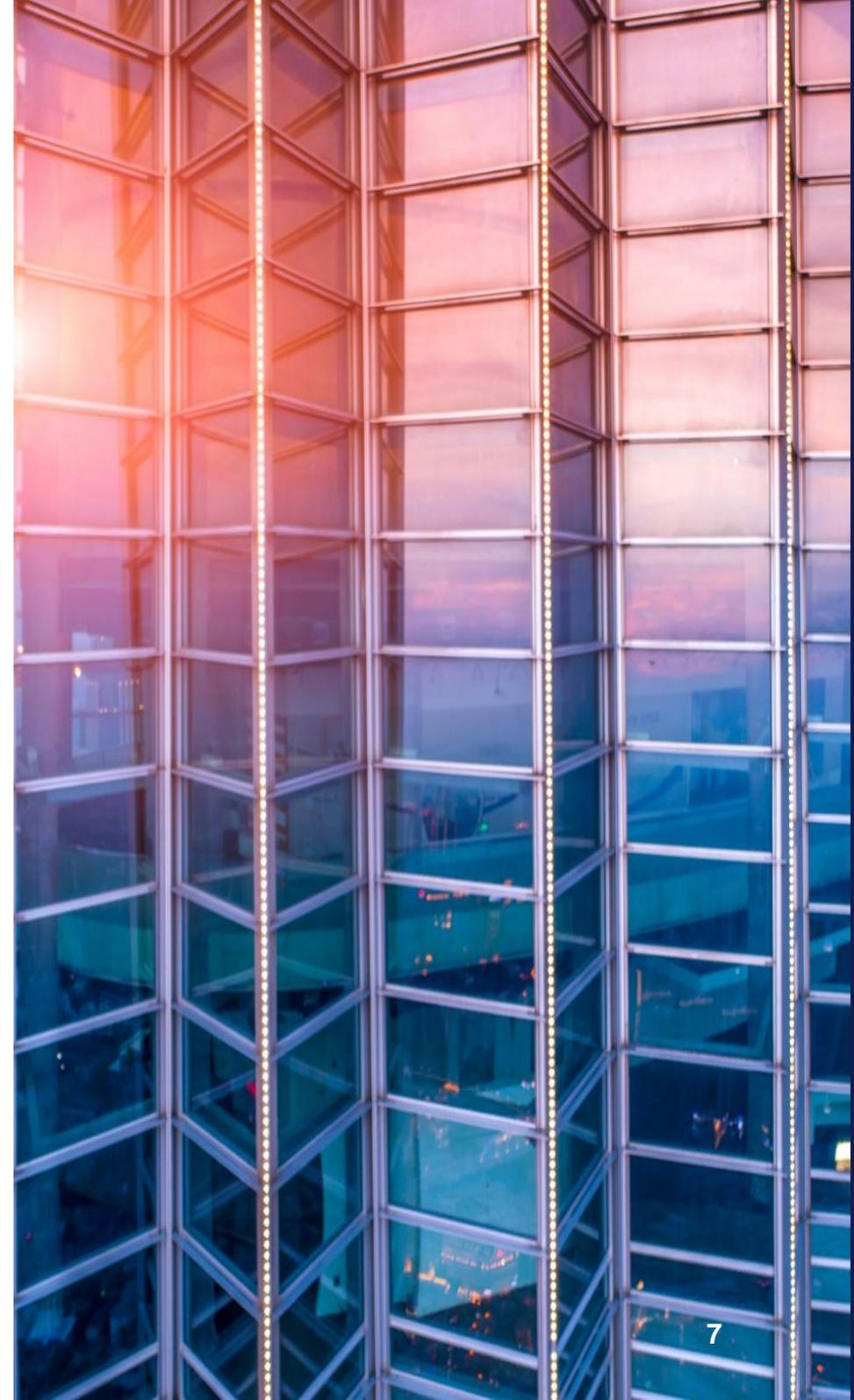
DMA-E – Gliederung (1)

- Kapitel I: **Gegenstand, Anwendungsbereich und Begriffsbestimmungen** (Art. 1 - 2)
- Kapitel II: **Gatekeeper** (Art. 3 - 4)
 - Artikel 3: Benennung von Gatekeepern
 - Artikel 4: Überprüfung des Gatekeeper-Status
- Kapitel III: **Unfaire oder die Bestreitbarkeit beschränkende Praktiken von Gatekeepern** (Art. 5 – 13)
 - Artikel 5: Verpflichtungen von Gatekeepern
 - Artikel 6: Möglicherweise noch näher auszuführende Verpflichtungen von Gatekeepern
 - (Einhaltung Verpflichtungen, enge Ausnahmen, Unterrichtung über Zusammenschlüsse)

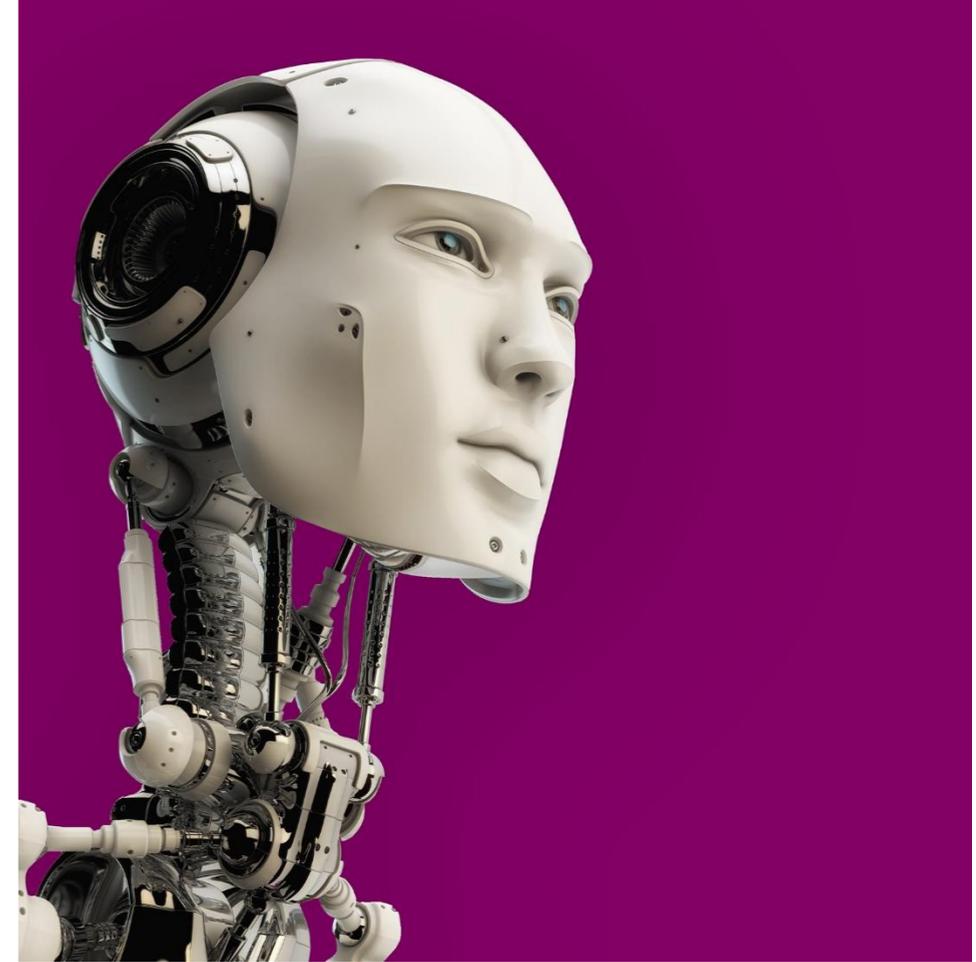
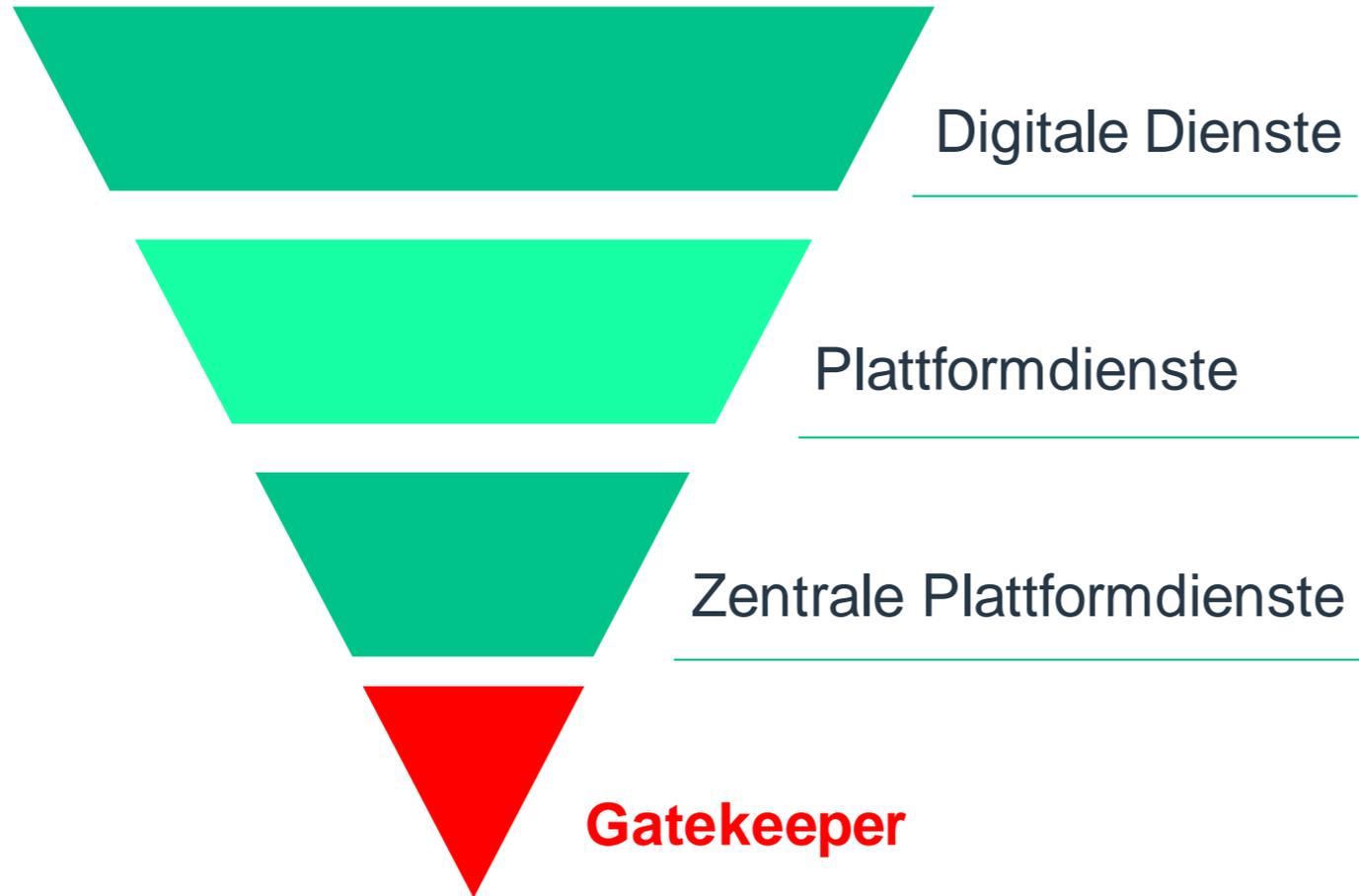


DMA-E – Gliederung (2)

- Kapitel IV: **Marktuntersuchungen** (Art. 14 - 17)
 - Einleitung, MU zur Benennung von Gatekeepern, bei systematischer Nichteinhaltung, in Bezug auf neue Dienstleistungen und neue Praktiken
- Kapitel V: **Untersuchungs-, Durchsetzungs- und Überwachungsbefugnisse** (Art. 18 - 33)
 - Verfahrenseinleitung, Auskunftsverlangen, einstweilige Maßnahmen, Verpflichtungszusagen, Nichteinhaltung, Geldbußen, Verjährung, Akteneinsicht etc.
- Kapitel VI: **Allgemeine Bestimmungen** (Art. 34 - 39)
 - Veröffentlichung, Rechtsschutz, Erlass delegierter Rechtsakte, Evaluierung, Inkrafttreten



DMA-E – Adressaten: Gatekeeper



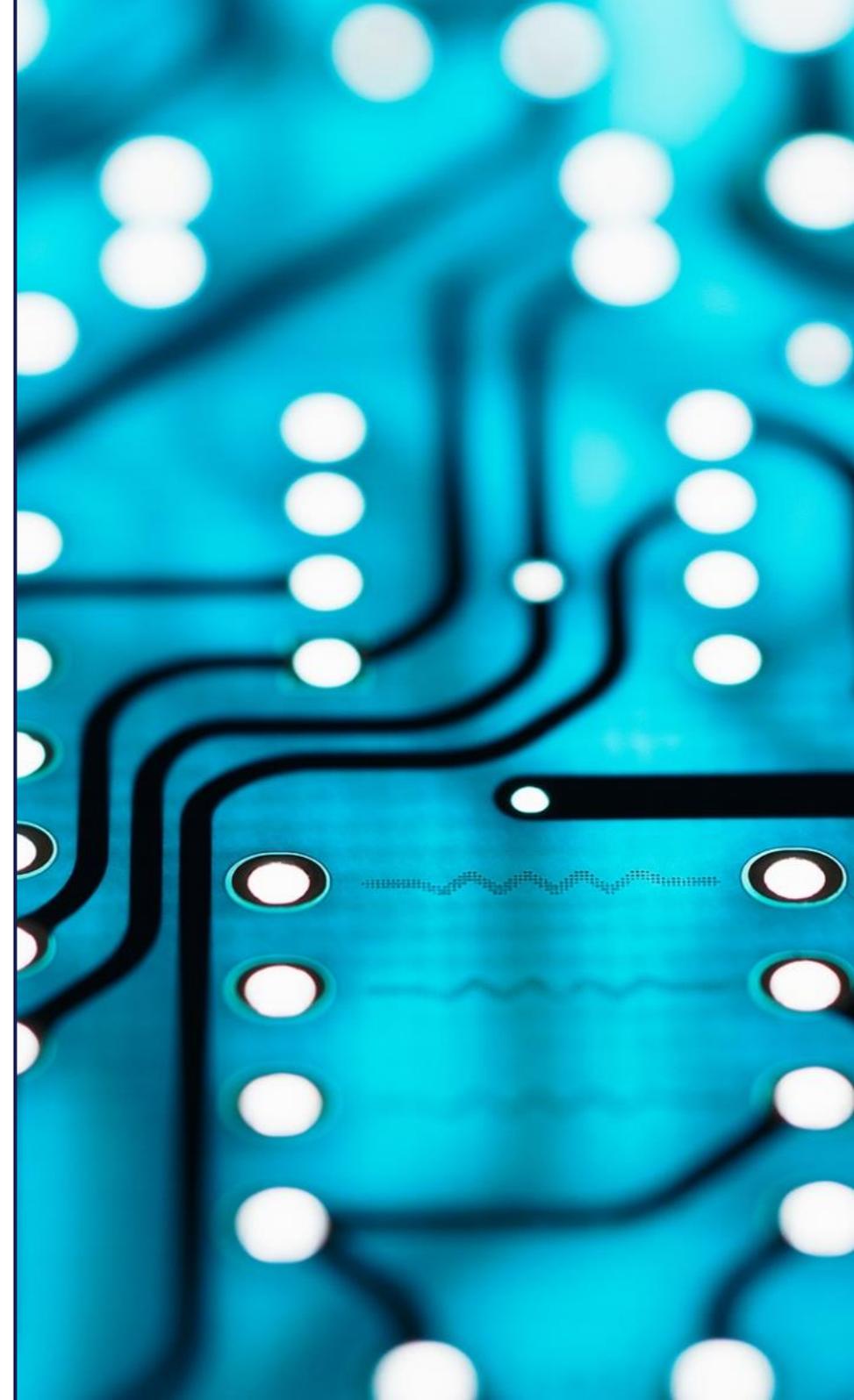
DMA-E – Adressaten: Gatekeeper

- „Gatekeeper“-Definition in Art. 2 Nr. 1 DMA-E:
 - = ein Betreiber **zentraler Plattformdienste**, der nach Art. 3 **benannt worden** ist
- *Was sind zentrale Plattformdienste?*
- *Wann wird ein Plattformdienstebetreiber **benannt**?*
- *Wie wird ein Plattformdienstebetreiber **benannt**?*



Zentrale Plattformdienste

- Abschließende „schwarze Liste“ in Art. 2 Nr. 2 lit. a) - h) DMA-E:
 - Online-Vermittlungsdienste (*vgl. P2B-VO*)
 - Online-Suchmaschinen (*vgl. P2B-VO*)
 - Online-Dienste sozialer Netzwerke (*Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste*)
 - Video-Sharing-Plattform-Dienste
 - nummernunabhängige interpersonelle Kommunikationsdienste (z.B. Messenger-Dienste)
 - Betriebssysteme
 - Cloud-Computing-Dienste
 - (online) Werbedienste der Plattformbetreiber (inkl. ihre Werbenetzwerke, Werbebörsen und sonstigen Werbevermittlungsdienste)
- (siehe im Einzelnen Definitionen in Art. 2 Nr. 5 - 11)



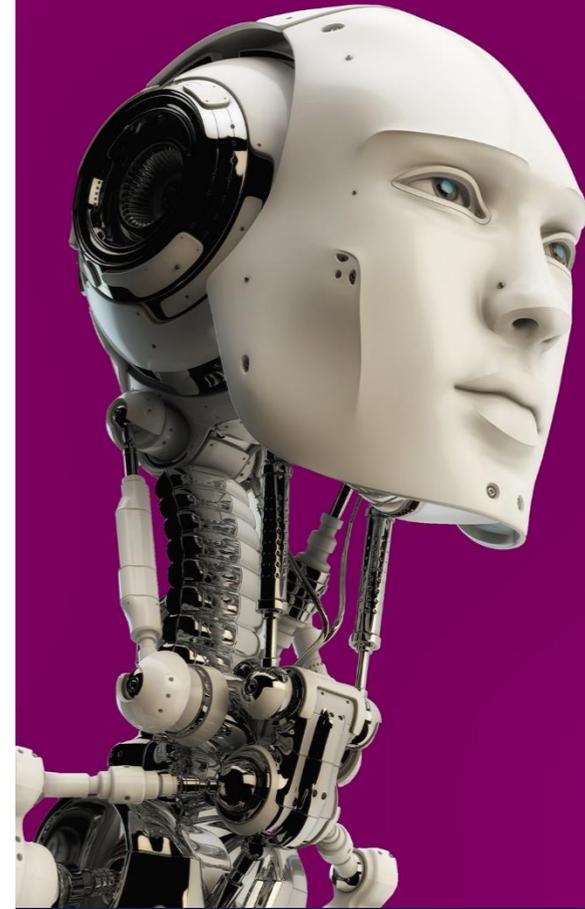
Wann wird ein Gatekeeper benannt? (1)

Wenn er drei Kriterien kumulativ erfüllt, Art. 3 Abs. 1:	Gesetzliche Vermutungsregeln , Art. 3 Abs. 2:
(a) er hat <u>erhebliche Auswirkungen auf den Binnenmarkt</u> ; und	<ul style="list-style-type: none">▪ gehört zu einem Unternehmen mit einem EWR-Jahresumsatz $\geq 6,5$ Mrd. € [IMCO: ≥ 10 Mrd. €] in den letzten drei Geschäftsjahren gehört; oder▪ durchschnittliche Marktkapitalisierung oder der entsprechende Marktwert des Unternehmens, zu dem es gehört, betrug im letzten Geschäftsjahr ≥ 65 Mrd. € [IMCO: ≥ 100 Mrd. €] ; und▪ bietet einen zentralen Plattformdienst in ≥ 3 MS an
(b) er betreibt einen zentralen Plattformdienst, der <u>gewerblichen Nutzern als wichtiges Zugangstor zu Endnutzern</u> dient; [IMCO: 2 oder mehr zPD] und	<p>> 45 Mio. monatliche aktive Endnutzer mit Sitz bzw. Aufenthalt in EU; und</p> <p>> 10 000 jährliche aktive gewerbliche Nutzer mit Sitz in EU</p>
(c) er hat eine gefestigte und <u>dauerhafte Position</u> inne (aktuell oder in naher Zukunft)	Schwellenwerte unter b) wurden erreicht in jedem der letzten 3 Geschäftsjahre

Wann wird ein Gatekeeper benannt? (2)

Benennung aufgrund qualitativer Bewertung, Art. 3 (6):

- Auch wenn quantitative Kriterien des Art. 3 Abs. 2 nicht erfüllt sind, kann Kommission jeden Betreiber eines zentralen Plattformdienstes als Gatekeeper benennen, wenn die allgemeinen Voraussetzungen des Art. 3 Abs. 1 greifen.
- Voraussetzung: **Marktuntersuchung** nach Art. 15 (Dauer: ca. 12 Monate)
- **Bewertungskriterien:**
 - Größe des Betreibers (Umsatz, Marktkapitalisierung, Geschäftstätigkeit, Position);
 - Zahl der gewerblichen Nutzer, die auf den zentralen Plattformdienst angewiesen sind, um Endnutzer zu erreichen, und Zahl der Endnutzer;
 - Marktzutrittsschranken aus Netzwerkeffekten und Datenvorteilen (insb. aufgrund Zugang zu Daten, deren Erhebung, Analysefähigkeiten);
 - Skalen- und Verbundeffekte für den Betreiber;
 - Bindung von gewerblichen Nutzern und Endnutzern;
 - Sonstige strukturelle Marktmerkmale.



Wie wird ein Gatekeeper benannt?

- Anbieter einer Kernplattform erfüllt alle Schwellenwerte – Art. 3 Abs. 2
 - Mitteilung an die Kommission innerhalb von drei Monaten
 - **Benennung als Gatekeeper** durch die Kommission
(es sei denn, er hat in seiner Mitteilung ausreichende Gegenargumente vorgelegt: Bewertung)
- Bewertung durch die Kommission, wenn die quantitativen Schwellenwerte nicht erreicht werden, aber die qualitativen Kriterien erfüllt sind – Art. 3 Abs. 6
 - Marktuntersuchung, Art. 15
 - **Benennung als Gatekeeper**
- Überprüfung des Gatekeeper-Status auf Antrag oder auf eigene Initiative der Kommission oder regelmäßig (mindestens alle zwei Jahre), Art. 4



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – Überblick

Bestreitbare und faire Märkte

Wettbewerbsschutz

- Wettbewerb *um* den Markt, z. B.
 - Zugangsansprüche von Suchmaschinenbetreibern zu Ranking-, Such- und Klickdaten des Gatekeepers zu FRAND-Bedingungen, Art. 6 j) DMA-E
- Wettbewerb *auf* dem Markt, z. B.
 - Diskriminierungsfreie Ranking-Kriterien, Art. 6 d) DMA-E
- Wettbewerb auf *anderen* Märkten, z. B.
 - Deinstallation von Software-Anwendungen, Art. 6 b) DMA-E
- Schutz der Marktgegenseite, z. B.
 - faire und diskriminierungsfreie Zugangsbedingungen zum App-Store, Art. 6 k) DMA-E

Datenschutz?

- Z. B.:
 - Verbot der Zusammenführung personenbezogener Daten der Plattform mit personenbezogenen Daten von anderen Diensten des Gatekeepers und Diensten Dritter, Art. 5 a) DMA-E
 - Effektive Übertragbarkeit der Daten des Endnutzers durch Gewährleistung eines permanenten Echtzeitzugangs, Art. 6 h) DMA-E

Vertragskontrolle?

- Art. 10 DMA-E: Aktualisierung der Verpflichtungen in Art. 5 und 6 DMA-E, (u. a.), wenn die Kommission in Marktuntersuchung feststellt, dass Praktiken unfair sind, weil ein Ungleichgewicht zwischen den Rechten und Pflichten der gewerblichen Nutzer besteht und der Gatekeeper von den gewerblichen Nutzern einen Vorteil erhält, der in Anbetracht seiner Dienstleistung für die gewerblichen Nutzer unverhältnismäßig wäre.

Verhaltenspflichten von Gatekeepern – Überblick

- Keine Generalklausel für Verhaltenspflichten; stattdessen konkrete Regelungen und Möglichkeit zur Aktualisierung (Art. 10 DMA-E)
- Unterschiedslose Geltung sämtlicher Beschränkungen der Art. 5, 6 DMA-E für alle Gatekeeper
 - Anderer Ansatz: § 19a GWB
- Keine Einzelfallbetrachtung/keine Rechtfertigungsmöglichkeit für Gatekeeper (nur Möglichkeit der Aussetzung/Befreiung nach Art. 8, 9 DMA-E unter engen Voraussetzungen)
 - Anderer Ansatz: § 19a GWB
- Differenzierung zwischen
 - nicht zu konkretisierenden Verpflichtungen (Art. 5 DMA-E) und
 - ggf. zu konkretisierenden Verpflichtungen (Art. 6 DMA-E) in einem „Regulierungsdialog“ mit der Kommission (Art. Art. 7 Abs. 2 DMA-E)



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – einzelne Regelungen

- **Art. 5 Abs. 1 lit. a) DMA-E:** Der Gatekeeper muss [...] davon absehen, personenbezogene Daten aus diesen zentralen Plattformdiensten mit personenbezogenen Daten aus anderen von ihm angebotenen Diensten oder mit personenbezogenen Daten von Diensten Dritter zusammenzuführen und Endnutzer in anderen Diensten des Gatekeepers anzumelden, um personenbezogene Daten zusammenzuführen, außer wenn dem Endnutzer diesbezüglich gemäß der Verordnung (EU) 2016/679 eine Wahl gegeben wurde und er eingewilligt hat;
- Gatekeeper muss Endnutzern Alternative mit weniger personenbezogenen Daten anbieten („Opt-in“)
- Vorbild: Facebook-Entscheidung des Bundeskartellamts
- Ebenfalls geregelt in § 19a Abs. 2 Nr. 4 a) GWB



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – einzelne Regelungen

- **Art. 5 Abs. 1 lit. b) DMA-E:** Der Gatekeeper muss [...] gewerblichen Nutzern die Möglichkeit geben, Endnutzern dieselben Produkte oder Dienstleistungen über Online-Vermittlungsdienste Dritter zu anderen Preisen oder Bedingungen anzubieten als über die Online-Vermittlungsdienste des Gatekeepers;
 - Verbot der weiten Bestpreisklausel / Schutz konkurrierender Vermittlungsdienste
 - Kartellrechtliche Entscheidungspraxis hierzu z. B. OLG Düsseldorf, NZKart 2018, 54 ff. – *Expedia*: Freistellung nach der Vertikal-GVO, weil Marktanteilsschwellen nicht überschritten waren
 - Auch erfasst von § 19a Abs. 2 Nr. 2 b) GWB



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – einzelne Regelungen

- **Art. 5 Abs. 1 lit. c) DMA-E:** Der Gatekeeper muss [...] gewerblichen Nutzern die Möglichkeit geben, Angebote für Endnutzer zu fördern, die über den zentralen Plattformdienst akquiriert wurden, und mit diesen Endnutzern über die zentralen Plattformdienste des Gatekeepers oder auf anderem Wege Verträge zu schließen [...];
- Schutz der Wahlfreiheit des Vertriebskanals für gewerbliche Nutzer und Endnutzer
- Kartellrechtliche Fallpraxis: Kommission, AT.40437 – *Apple App Store Practices (music streaming)*
- Auch erfasst von § 19a Abs. 2 Nr. 2 b) GWB (vgl. hierzu auch PM des BKartA vom 21.6.2021 zur Einleitung eines Verfahrens nach § 19a Abs. 1 GWB gegen Apple)



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – einzelne Regelungen

- **Art. 6 Abs. 1 lit. a) DMA-E:** Der Gatekeeper muss [...] davon absehen, nicht öffentlich zugängliche Daten, die durch Tätigkeiten von gewerblichen Nutzern ihrer zentralen Plattformdienste, einschließlich der Tätigkeiten von Endnutzern dieser gewerblichen Nutzer, generiert oder von diesen gewerblichen Nutzern ihrer zentralen Plattformdienste oder von den Endnutzern dieser gewerblichen Nutzer bereitgestellt werden, im Wettbewerb mit diesen gewerblichen Nutzern zu verwenden;
- Regelung für hybride Plattformen, die keinen unfairen Vorteile aus ihrer Doppelrolle als Plattformanbieter und Konkurrent der Plattformnutzer ziehen sollen
- Kartellrechtliche Fallpraxis: Kommission, AT.40462 – *Amazon Marketplace*
- Auch erfasst von § 19a Abs. 2 Nr. 4 b) GWB



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – einzelne Regelungen

- **Art. 6 Abs.1 lit. d) DMA-E:** Der Gatekeeper muss [...] davon absehen, Dienstleistungen und Produkte, die vom Gatekeeper selbst oder von einem Dritten angeboten werden, der ein und demselben Unternehmen angehört, beim Ranking gegenüber ähnlichen Dienstleistungen oder Produkten Dritter zu bevorzugen, und muss das Ranking anhand fairer und diskriminierungsfreier Bedingungen vornehmen;
 - Verbot der Selbstbevorzugung
 - Kartellrechtliche Fallpraxis: Kommission, AT.39740 – *Google Search (Shopping)*
 - Ebenfalls geregelt in § 19a Abs. 2 Nr. 1 a) GWB



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – einzelne Regelungen

- **Art. 6 Abs. 1 lit. i) DMA-E:** Der Gatekeeper muss [...] gewerblichen Nutzern sowie von einem gewerblichen Nutzer zugelassenen Dritten kostenlos einen effektiven, hochwertigen und permanenten Echtzeitzugang gewähren und die Nutzung aggregierter oder nichtaggregierter Daten ermöglichen, die im Zusammenhang mit der Nutzung der relevanten zentralen Plattformdienste durch diese gewerblichen Nutzer und die Endnutzer, die die Produkte oder Dienste dieser gewerblichen Nutzer in Anspruch nehmen, bereitgestellt oder generiert werden [...];
- Datenzugangsanspruch von gewerblichen Nutzern zu den durch ihre Plattformnutzung entstandenen Daten
- §§ 19, 20 GWB sehen unter bestimmten Voraussetzungen Datenzugangsansprüche vor
- Nicht erfasst von § 19a GWB



Verhaltenspflichten von Gatekeepern – einzelne Regelungen

- **Art. 12 DMA-E:** Der Gatekeeper unterrichtet die Kommission über jeden geplanten Zusammenschluss im Sinne des Artikels 3 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004, an dem ein anderer Betreiber zentraler Plattformdienste oder Erbringer sonstiger Dienstleistungen im digitalen Sektor beteiligt ist; dies gilt unabhängig davon, ob der Zusammenschluss nach der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 bei einer Wettbewerbsbehörde der Union oder nach den nationalen Fusionskontrollvorschriften bei einer zuständigen nationalen Wettbewerbsbehörde anmeldepflichtig ist.
- Informationspflicht über Zusammenschlüsse i. S. d. FKVO unabhängig davon, ob diese anmeldepflichtig sind
- Tool für eine breite Datenbasis über das Konzentrationsgeschehen in digitalen Märkten, insbesondere in Bezug auf sog. Killer Acquisitions, und Möglichkeit der Verweisung nach Art. 22 FKVO



Rechtsfolgen bei Nichtbefolgung

- Art. 16 Abs. 1 DMA-E: verhaltensbezogene und strukturelle Abhilfemaßnahmen
- Art. 25 Abs.1, 3 DMA-E: Beschluss wegen Nichteinhaltung und Aufforderung zur Abstellung
- Art. 26 Abs. 1 DMA-E: Geldbuße von bis zu 10 % des Gesamtumsatzes des Gatekeepers im vorangegangenen Geschäftsjahr
 - Verhältnis zum kartellrechtlichen Bußgeldregime unklar
- Art. 27 Abs. 1 DMA-E: Zwangsgelder bis zu 5 % des im vorausgegangenen Geschäftsjahrs erzielten durchschnittlichen Tagesumsatzes



Ihre Ansprechpartner

Dr. Marco Hartmann-Rüppel leitet die deutsche und internationale Competition, EU & Trade Praxis von Taylor Wessing. Er verfügt über fast 25 Jahre Erfahrung in der Beratung und Problemlösung in allen Bereichen des deutschen und europäischen Kartellrechts.

Als Volkswirt und Kartellrechtler hat er ein tiefes Verständnis für die wirtschaftlichen Bedürfnisse der Mandanten und weiß, diese effizient und in enger Zusammenarbeit mit den Mandanten zu erfüllen.

Er begleitet und unterstützt nationale und internationale Mandanten in Kartell- und Missbrauchsverfahren vor dem Kartellbehörden und Gerichten. Einer seiner inhaltlichen Schwerpunkte besteht in der kartell-, fusionskontroll- und investitionskontrollrechtlichen Beratung zu Kooperationen, M&A-Transaktionen und Joint Ventures sowie zu neuen Vertriebs- und Geschäftsmodellen. Ein anderer liegt in der Beratung und Vertretung der Mandanten in kartellzivilgerichtlichen Verfahren, insbesondere im Bereich des Kartellschadensersatzrechts. Außerdem berät er zu Compliance-Themen.

Marco Hartmann-Rüppel hat besondere Expertise in den Bereichen Pharma und Gesundheit sowie Technologie, Medien und digitale Wirtschaft. Er ist Mitglied der TW Industry Groups Technology, Media & Communications und Life Sciences/Healthcare sowie Automotive & Mobility und Aerospace & Defence.

Marco Hartmann-Rüppel ist Lehrbeauftragter für Kartellrecht an der Humboldt Universität in Berlin. Er veröffentlicht regelmäßig Artikel und hält Vorträge zu verschiedenen Bereichen des Kartell- und Fusionskontrollrechts. Er ist Mitglied im Fachausschuss Kartellrecht in der GRUR, in der Studienvereinigung Kartellrecht und im Competition Litigation Forum.

Sprachen Deutsch, Englisch, Niederländisch



Hervorgehoben als Best Lawyer für Kartell- Wettbewerbsrecht, **Best Lawyers in Germany, Handelsblatt 2018, 2019, 2020 & 2021**

Oft empfohlener Anwalt für Kartellrecht, **JUVE 2018/2019, 2019/2020, 2020/2021**

“Erfahrener Partner, “breite Expertise”, **JUVE 2016/2017**

“Sympathisch und fachlich hochkompetent”, **JUVE 2015/2016**



**Dr. Marco Hartmann-Rüppel,
Dipl.-Volkswirt**

**Partner, Head of Competition, EU & Trade
Hamburg / Brüssel**

+49 40 36803-127

m.hartmann-rueppel@taylorwessing.com

Beratungsschwerpunkte

- Kartellrecht
- Fusionskontrolle
- Investitionskontrolle
- Compliance

- Technology, Media & Communications
- Life Sciences & Healthcare
- Automotive & Mobility
- Aerospace & Defence

Ihre Ansprechpartner

Dr. Stefan Horn ist Mitglied der Practice Area Competition, EU & Trade und berät zu allen Fragen des deutschen und EU-Kartellrechts.

Schwerpunktmäßig berät Stefan Horn in kartellzivilrechtlichen Verfahren (stand-alone/follow-on) auf Kläger- und Beklagenseite, insbesondere in Kartellschadensersatzprozessen.

Ein weiterer Beratungsschwerpunkt liegt in der Beratung zu kartellrechtlichen Fragen der Digitalisierung der Wirtschaft, wie etwa die Beratung zu digitalen Vertriebs- und Geschäftsmodellen.

Ferner verfügt Stefan Horn über vertiefte Kenntnisse und Erfahrungen bei der Anwendung des Kartellrechts im Energiesektor und im Sportbereich.

Stefan Horn studierte Rechtswissenschaften an der Bucerius Law School (Hamburg) und der Brooklyn Law School (New York, USA). Er ist Mitglied der Studienvereinigung Kartellrecht, des Bucerius Alumni e.V. und des Competition Litigation Forums sowie der Taylor Wessing Industry Groups Technology Media & Communications und Energy.

Sprachen Deutsch, Englisch



Rising Star für Kartellrecht in Deutschland, [Expert Guides 2021](#)



Dr. Stefan Horn LL.B.

**Salary Partner
Hamburg**

+49 40 36803-327
s.horn@taylorwessing.com

Beratungsschwerpunkte

- Kartellrecht
- Competition Litigation

- Technology, Media & Communication
- Digital Economy
- Energy
- Sports

[Europe](#) > [Middle East](#) > [Asia](#)

[taylorwessing.com](https://www.taylorwessing.com)

© Taylor Wessing 2020

This publication is not intended to constitute legal advice. Taylor Wessing entities operate under one brand but are legally distinct, either being or affiliated to a member of Taylor Wessing Verein. Taylor Wessing Verein does not itself provide services. Further information can be found on our regulatory page at [taylorwessing.com/en/legal/regulatory-information](https://www.taylorwessing.com/en/legal/regulatory-information).