

DE

***Fall Nr. IV/M.186 -  
HENKEL / NOBEL***

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

**VERORDNUNG (EWG) Nr. 4064/89  
ÜBER FUSIONSVERFAHREN**

---

Artikel 6, Absatz 1, b KEINE EINWÄNDE  
Datum: 23.02.1992

*Auch in der CELEX-Datenbank verfügbar  
Dokumentenummer 392M0186*



VERÖFFENTLICHE VERSION

FUSIONSVERFAHREN  
Artikel 6(1)(b) Entscheidung

Betrifft : Fall Nr. IV/M.186 - Henkel / Nobel  
Ihre Anmeldung gemäß Artikel 4 der Ratsverordnung  
(EWG) Nr. 4064/89 (Fusionsverordnung)

Sehr geehrte Damen und Herren,

1. Das Zusammenschlußvorhaben, das am 20.02.1992 angemeldet wurde, betrifft den Erwerb der Konsumgütersparte von Nobel Industrier AB, Schweden, durch Henkel KGaA, Deutschland.
2. Nach Prüfung der Anmeldung hat die Kommission festgestellt, daß das angemeldete Vorhaben in den Anwendungsbereich der Fusionsverordnung fällt, und daß keine ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt bestehen.

#### **I. DIE PARTEIEN**

3. Henkel ist ein deutsches Chemieunternehmen, mit Produktions- und Vertriebsaktivitäten in der ganzen Welt. Seine Hauptgeschäftsbereiche liegen auf den Gebieten von Wasch- und Reinigungsmitteln, Kosmetik, chemischen Grundstoffen für industrielle Anwendungen und andere chemisch-technische Produkte, wie Klebstoffe.
4. Die Konsumgütersparte von Nobel (Nobel) besteht aus einer Reihe von Unternehmen in Westeuropa. Die Hauptgeschäftsbereiche liegen im Kosmetiksektor und einigen speziellen Reinigungsmitteln, Düngemitteln, Kerzen usw.

#### **II. DER ZUSAMMENSCHLUß**

5. Henkel beabsichtigt im Rahmen eines einheitlichen Erwerbsvorgangs die gesamte Konsumgütersparte der Nobel Industrier AB zu übernehmen. Dies geschieht im wesentlichen durch den Erwerb der

Anteile der betroffenen Unternehmen und in einem Fall durch Erwerb von Vermögensgegenständen. Henkel wird daher die Kontrolle über die Konsumgütersparte von Nobel Industrier AB im Sinne von Artikel 3(1)(b) der Fusionsverordnung erwerben.

### **III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG**

6. Der weltweite Gesamtumsatz der Parteien überstieg im Jahre 1991 5 000 Mio ECU, der Henkel-Konzern erzielte ca 6 550 Mio ECU und die Konsumgütersparte der Nobel Industrier AB 354 Mio ECU. Beide Parteien erreichten einen gemeinschaftsweiten Umsatz von mehr als 250 Mio ECU. Die Parteien erzielten keine zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Umsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Der Zusammenschluß hat daher eine gemeinschaftsweite Bedeutung in Sinne von Artikel 1(2) der Fusionsverordnung.

### **IV. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT**

#### **A. Die betroffenen Produktmärkte**

7. Das Zusammenschlußvorhaben wird sich im wesentlichen auf den verschiedenen Märkten des Kosmetiksektors auswirken. Soweit andere Produkte betroffen sind, wie Kerzen, spezielle Reinigungsmittel für WC oder Pflanzenpflegeprodukte, bestehen entweder keine Überlappungen zwischen Henkel und Nobel oder die Überlappungen geben keinen Anlaß für eine detailliertere Darstellung.

8. Die relevanten Produktmärkte auf dem Kosmetiksektor können in fünf Hauptsegmente gegliedert werden:

- Körperpflege, einschließlich Seife, Badeprodukte, wie Duschgel, Badeschaum, Badezusätze und Deodorantien;
- Hautkosmetik, einschließlich Allzweckcremes und -lotions, Gesichtspflege, Spezialcremes, Sonnenschutzmittel, Lippenpflege;
- Mundhygiene, einschließlich Zahncreme, Zahnbürsten, Mundwasser;
- Haarkosmetik, einschließlich Shampoos, Conditioners, Kuren, Colorationen, Styling-Hilfen;
- Duftkosmetik, einschließlich Herren und Damenkosmetik.

Für die Zwecke dieses Falles kann offen gelassen werden, ob die Produktmärkte des Kosmetiksektors weiter entsprechend der unterschiedlichen Vertriebskanäle (z.B. Apotheken und allgemeiner Handel) aufgeteilt werden müssen, da Henkel und Nobel nahezu ausschließlich im Bereich des allgemeinen Handels tätig ist.

9. Die vorgenannte Definition der relevanten Produktmärkte, die im wesentlichen nach dem Kriterium der Austauschbarkeit erfolgt, spiegelt jedoch nicht vollständig die bestehenden Beziehungen zwischen den benachbarten Märkten und Segmenten wieder. Diese sind im wesentlichen:

- eine gewisse Produktsubstitution für den Endverbraucher (z.B. Seife und Duschgels);

- einheitliche Marketingstrategien, die unterschiedliche aber komplementäre Produkte einschließen können und
  - eine gewisse gegenseitige Abhängigkeit der Produkte untereinander, da die Einkaufsentscheidungen, insbesondere der große Einkaufsorganisationen und Supermarktketten, durch die gesamte Produktpalette und nicht nur von dem einzelnen Produkt beeinflusst werden können.
10. Trotz der bestehenden Unschärfebereiche in der Abgrenzung der Produktmärkte wird bei der Analyse des Falles die enge Marktabgrenzung zugrunde gelegt, und zwar wegen der im wesentlichen mangelnden Substituierbarkeit für die meisten Produkte sowie der Tatsache, daß die Marktpositionen der Anbieter auf den verschiedenen Produktmärkten sich erheblich unterscheiden. Die bestehenden Beziehungen zwischen den Märkten werden bei der wettbewerblichen Beurteilung des Zusammenschlusses berücksichtigt werden.

B. Die geographischen Referenzmärkte

11. Die betroffenen Produktmärkte sind deutlich auf dem Weg europaweite Märkte zu werden. Für diese Beurteilung spricht daß,
- alle großen Wettbewerber, wie L'Oréal, Proctor & Gamble, Colgate-Palmolive, Unilever, Henkel, Beiersdorf, Beecham in fast allen Mitgliedstaaten tätig sind;
  - die Unternehmen begonnen haben, europaweite Marken zu entwickeln;
  - auf der Nachfrageseite internationale Einkaufsorganisationen gegründet worden sind, die den Integrationsprozeß verstärken werden.
12. Auf der anderen Seite gibt es noch eine Reihe von wesentlichen strukturellen Elementen, die darauf hindeuten, daß derzeit noch nationalorientierte wettbewerbliche Rahmenbedingungen bestehen. Diese sind insbesondere deutlich unterschiedliche Marktanteile der Wettbewerber in den verschiedenen Mitgliedstaaten, wesentliche Preisunterschiede und markenorientierte Käuferpräferenzen.
13. Die Kommission ist jedoch der Auffassung, daß die Abgrenzung des geographischen Referenzmarktes für diese Produkte, sei es die Gemeinschaft oder nationale Märkte, offen gelassen werden kann. Auch dann, wenn man von der Existenz nationaler Märkte ausgeht, bleibt hiervon die Beurteilung der Kommission zur Frage der Entstehung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung im Ergebnis unberührt.

C. Wettbewerbliche Beurteilung

14. Henkel und Nobel erreichen in den meisten betroffenen Produkt- und geographischen Referenzmärkten der Kosmetikindustrie nur geringe Marktanteile (weniger als 10%). Eine Entstehung oder Verstärkung einer beherrschenden Position kann daher für diese Märkte ausgeschlossen werden.

15. Auf einigen Kosmetikmärkten,

- für Seife in Frankreich und in Spanien,
- für Badeprodukte in Frankreich und in Spanien und
- für Zahnpasta in Frankreich und Deutschland,

wird Henkel durch den Erwerb von Nobel seinen Marktanteil vergrößern und etwa zwischen 10% und 25% auf den betroffenen Märkten erreichen.

16. Auf den Märkten für Zahnpasta in Frankreich und Deutschland und für Seife in Frankreich erreichen zwei beziehungsweise drei der größten Wettbewerber, wie L'Oréal, Colgate-Palmolive, Proctor & Gamble, Unilever höhere Marktanteile als Henkel/Nobel. Auf den Märkten für Badeprodukte in Frankreich und Spanien und für Seife in Spanien wird Henkel/Nobel die führende Position einnehmen. Unter Berücksichtigung der Marktanteile von Henkel/Nobel und der Präsenz der großen europäischen Wettbewerber, die über höhere oder zumindest vergleichbare Finanzkraft, technische und Marketing Ressourcen und bekannten Marken verfügen, kann ausgeschlossen werden, daß Henkel/ Nobel einen von ihren Wettbewerbern unkontrollierten Verhaltensspielraum erreichen.

17. Die Märkte für Zahnpasta in Frankreich und Deutschland und für Seife in Frankreich sind auch dadurch charakterisiert, daß Henkel/Nobel zusammen mit zwei bzw. drei weiteren Wettbewerbern auf den betroffenen Märkten wesentliche Marktanteile erreichen, und zwar gemeinschaftlich ca. 50% bis 75%. Die strukturellen Rahmenbedingungen des Marktes geben jedoch Anlaß für die Annahme, daß wesentlicher Wettbewerb fortbestehen wird. Die Hauptgründe für diese Beurteilung sind:

- die Dynamik der Märkte, die gekennzeichnet ist durch wachsende Marktvolumina, die Markteinführung neuer Produkte mit neuen Charakteristiken, die Öffnung der geographischen Märkte;
- der wettbewerbliche Einfluß von nahen Substitutionsprodukten,
- das Vorhandensein starker Wettbewerber auch neben den führenden Unternehmen und
- eine wachsende Konzentration auf der Nachfrageseite.

#### V. GESAMTBEURTEILUNG

18. Auf Grund der oben getroffenen Feststellungen ist die Kommission zu dem Ergebnis gelangt, daß das Zusammenschlußvorhaben keinen Anlaß für ernsthafte Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt gibt.

\*

\*                   \*

Aus diesem Gründen hat die Kommission entschieden, dem angemeldeten Zusammenschluß nicht entgegenzutreten, sondern ihn für vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt zu erklären. Diese Entscheidung beruht auf Artikel 6(1)(b) der Fusionsverordnung.

Für die Kommission