

DE

*Fall Nr. IV/M.734 -  
Melitta / Dow-Newco*

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

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

---

Artikel 6, Absatz 1, b KEINE EINWÄNDE  
Datum: 25/07/1996

*Auch in der CELEX-Datenbank verfügbar  
Dokumentenummer 396M0734*



# KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 25.07.1996

ÖFFENTLICHE VERSION

FUSIONSVERFAHREN  
ARTIKEL 6(1)(b) ENTSCHEIDUNG

Einschreiben mit Empfangsbestätigung

An die anmeldenden Parteien

Betrifft : Fall Nr. IV/M.734 - Melitta / Dow  
Ihre Anmeldung vom **25.06.1996** gemäß Art. 4 der Ratsverordnung (EWG) Nr. 4064/89 (Fusionsverordnung)

Am 25.06.1996 erhielt die Kommission die Anmeldung eines beabsichtigten Zusammenschlusses nach Art. 4 der Verordnung des Rates (EWG) Nr.4064/89. Die Unternehmen Melitta Bentz KG, Minden und Dow Europe S.A., Horgen / Schweiz, eine 100%-Tochtergesellschaft der Dow Chemical Company (USA), beabsichtigen über Vetorechte gemeinsame Kontrolle und 65 % (Melitta) bzw. 35 % (Dow) der Kapitalanteile eines neu geschaffenen Gemeinschaftsunternehmens, der Cofresco Frischhalteprodukte GmbH + Co. KG, Minden zu erwerben. Melitta und Dow, letztere über die 100%-Dow-Tochtergesellschaft Dow Brands Inc., werden dem GU ihre europäischen Geschäftsaktivitäten im Bereich Haushaltsverpackungen durch Einbringung der Vermögenswerte übertragen.

## **I. Aktivitäten der Parteien**

1. Die Melitta-Gruppe ist in Herstellung und Vertrieb von Haushaltsprodukten wie Kaffee, Kaffeemaschinen, Filterpapier, Haushaltsfolien und -beutel, Abfallbeutel, Spezialpapieren und in verbundenen Dienstleistungen weit überwiegend in Deutschland tätig. Der Umsatz liegt weltweit bei 1035 MECU (1995) und bei 860 MECU in der Europäischen Gemeinschaft.
2. Dow ist hauptsächlich in den Bereichen Chemie und Metalle, Kunststoffe und Chemiefasern und in verschiedenen weiter diversifizierten Produktbereichen, zu denen

Haushaltsreinigungs- und Verpackungsmaterialien zählen, aktiv. Der weltweite Umsatz liegt bei 16430 MECU, wovon 4280 MECU in der Gemeinschaft erzielt werden.

## **II. Das Vorhaben**

3. Das beabsichtigte Gemeinschaftsunternehmen Cofresco wird mit seiner Geschäftstätigkeit bei Haushaltsverpackungen in Europa einen Gesamtumsatz von etwa 235 MECU erzielen. Im Einkauf seiner Vorprodukte wird das GU einen Anteil von < 5% seines Vorproduktbedarfs zu Marktbedingungen und auf arm's length Basis von Dow beziehen ([...]<sup>(1)</sup> MECU für Polyäthylen). Auch im übrigen wird es selbständig und ohne Bezugsbindungen an die Muttergesellschaften im Einkauf agieren.
4. Das GU wird die europäischen Produktionsstätten für diese Produkte (Haushaltsfolien, -tüten, Backpapier, Müllbeutel) von den Muttergesellschaften Melitta und Dow Brands, die Vertriebsorganisation von Dow Brands, Kundenlisten und Warenzeichen der Mütter, davon insbesondere für Ziploc (Dow) und Swirl (Melitta) im Wege von Lizenzverträgen für die Dauer des GU, übernehmen.

Im Vertrieb wird das GU in Nordeuropa für etwa 70 % seines Vertriebes die bestehende Melittaorganisation nutzen, jedoch wird die Vertriebs- und Marketinghoheit allein beim GU liegen.

5. Die Lohnfertigung von Swirl-Müllbeuteln, für Melitta macht mit [...]<sup>(2)</sup> Mio DM (Verkaufswert Melitta) etwa 4-5 % der GU-Produktion aus und schränkt damit seine Selbständigkeit nicht erheblich ein.

## **III. Zusammenschluß**

### Gemeinsame Kontrolle / alleinige Kontrolle

6. An dem GU werden Melitta mit 65 % und Dow mit 35 % des Kapitals und der Stimmrechte beteiligt sein. In einem Aufsichtsrat werden Melitta mit 3 und Dow mit 2 von 5 Mitgliedern vertreten sein. Entscheidungen der Gesellschafter und des Aufsichtsrates werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit getroffen.
7. Hiervon sind das Budget des GU, der Geschäftsplan und seine Aktualisierungen während der ersten drei Jahre (Restrukturierungsphase) sowie seine jährlichen und an die Restrukturierung anschließenden Fortschreibungen ausgenommen. Sie bedürfen jeweils der Zustimmung aller Mitglieder des Aufsichtsrates (Einstimmigkeit) und umfassen inhaltlich Herstellung, Finanzierung einschließlich Investitionen, Marketing, Verkauf, Verwaltung und Organisation des GU. Selbst das Management des GU wird erst nach voller Konsultation von Dow durch Melitta ausgewählt. Melitta entscheidet mit seiner Mehrheit im Aufsichtsrat jedoch über die Bestellung der Geschäftsführer allein.
8. Der Einigungszwang im Aufsichtsrat betrifft die Geschäftspolitik und -strategie einschließlich der die Investitionen umfassenden Finanzplanung und das Budget des GU. Hinzu kommt, daß bei diesen Einflußmöglichkeiten von Dow davon auszugehen ist, daß

---

<sup>(1)</sup> zur Veröffentlichung entfernt

<sup>(2)</sup> zur Veröffentlichung entfernt

eine volle vorherige Konsultation von Dow bei der Auswahl des Managements auch insoweit einem mitbeherrschenden Einfluß sehr nahe kommt. Insgesamt ist daher von einer gemeinsamen Beherrschung des GU durch Melitta und Dow auszugehen.

#### Vollfunktions-GU

9. Das Gemeinschaftsunternehmen wird bei der Beschaffung seiner Vorprodukte selbständig zu Marktbedingungen und auf arm's length-Basis einkaufen. Dies betrifft auch die beabsichtigten PE-Bezüge von Dow. Das GU wird nach Übertragung der europäischen Produktionsstätten, der Dow-Vertriebsorganisation, der Kundenlisten und Warenzeichen der Mütter alle Funktionen einer selbständigen Wirtschaftseinheit ausüben. Dies gilt auch, wenn das GU die Melitta-Vertriebsorganisation in Nordeuropa nutzt, weil die Entscheidungshoheit auch insoweit allein beim Gemeinschaftsunternehmen liegt, das aus diesen Gründen insgesamt ein autonomes Vollfunktions-GU bildet.
10. Es übt seine Tätigkeit auch auf dauerhafter Grundlage aus, weil es auf unbestimmte Zeit gegründet wird und eine Kündigung erstmalig nach vier Jahren mit einjähriger Kündigungsfrist vorgesehen ist.
11. Auch die für Dow vereinbarte jederzeit ausübbar put-Option ist erst ab dem beendeten dritten Jahr nach Gründung des GU für einen Zeitraum von zwei Jahren ausübbar. Die Ausübung der Option nach mehr als drei Jahren würde nicht die dauerhafte Grundlage des GU sondern seine Kontrolle ändern und damit einen neuen Zusammenschluß bewirken. Die put-Option für Dow ändert nichts an der dauerhaften Grundlage des jetzt angemeldeten Vorhabens, weil sie als Option gerade keine rechtsverbindlich vereinbarte alleinige Kontrolle für Melitta bewirkt. Damit ist für das angemeldete Vorhaben auch nicht etwa von gemeinsamer Kontrolle nur auf Zeit auszugehen.

#### Keine Koordinierung

12. Die Muttergesellschaft Melitta bleibt im Umfang der erwähnten Lohnfertigung von Swirl-Müllbeuteln im Markt des Gemeinschaftsunternehmens tätig, während Dow vollständig aus den GU-Märkten in Europa ausscheidet. Ein Koordinierungsrisiko besteht folglich insoweit nicht.
13. Soweit Dow über Dow Chemicals in den dem GU (Umsatz 235 MECU) vorgelagerten Märkten tätig ist, ist das GU mit [...] <sup>(3)</sup> MECU PE-Bezug von Dow ein unbedeutender Abnehmer. Es fehlt eine Tätigkeit von Melitta und es handelt sich beim Polyäthylen in Westeuropa um einen Markt von etwa 3500 MECU, der von anderen Kundengruppen geprägt wird als von denen der GU-Märkte, so daß ein vom GU ausgehendes Koordinierungsrisiko nicht besteht.
14. Bei der Tätigkeit von Melitta und Dow in anderen, dem GU möglicherweise benachbarten Produktmärkten in Europa handelt es sich um Gütermärkte, die sich von Haushaltsverpackungen erheblich unterscheiden. Der Dow-Umsatz mit Kaffeefiltern in Südeuropa ist niedriger als [...] <sup>(4)</sup> MECU und damit im Verhältnis zum GU-Geschäft quantitativ völlig unbedeutend als mögliches Ziel von "spill-over"-Wirkungen. Dow Brands beabsichtigt im übrigen dieses Geschäft aufzugeben. Auch diese Produkte

---

<sup>(3)</sup> zur Veröffentlichung entfernt

<sup>(4)</sup> zur Veröffentlichung entfernt

dienen jedoch anderen Verwendungszwecken als die Produkte der Haushaltsverpackungen und die Lieferanten und Wettbewerber unterscheiden sich von denen der GU-Produkte, so daß insgesamt eine koordinierende Wirkung durch das GU auch nicht zu erwarten ist.

#### IV. Gemeinschaftsweite Bedeutung

15. Die beteiligten Unternehmen erzielen zusammen einen weltweiten Gesamtumsatz von mehr als 5000 MECU. Jede der Parteien hat auch einen gemeinschaftsweiten Umsatz von mehr als 250 MECU erreicht aber nicht mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Umsatzes in einem und demselben Mitgliedstaat (Melitta [...] <sup>(5)</sup>%, Dow [...] <sup>(6)</sup>% in Deutschland). Das angemeldete Vorhaben hat daher gemeinschaftsweite Bedeutung, bildet aber nicht einen Kooperationsfall nach dem EWR-Abkommen.

#### V. Vereinbarkeit mit dem gemeinsamen Markt

##### a) *Relevanter Produktmarkt*

16. Die auf das GU übertragenen Produktbereiche bilden nach Auffassung der Parteien einen einheitlichen sachlich relevanten Markt für Haushaltsverpackungen, weil die Produktionsumstellung zwischen den verschiedenen Produktsegmenten sehr leicht möglich ist. Diese hohe Angebotsflexibilität gilt auch für andere flexible Verpackungen wie Industriesäcke.<sup>(7)</sup>
17. Aus der Sicht der Nachfrage des Handels, die auf der Marktgegenseite die tatsächliche funktionale Austauschbarkeit, die für den Endverbraucher besteht, reflektieren, sind engere Produktmärkte sachlich maßgebend. Die Anmeldung unterscheidet Haushaltsfolien und -beutel aus Kunststoff, Aluminium und Papier insgesamt von Backpapier und Müllbeuteln.
18. Für die Prüfung dieses Falles werden daher unter Berücksichtigung der hohen Umstellungsflexibilität der Hersteller dieser Produkte Haushaltsfolien insgesamt, Backpapier und Müllbeutel als die relevanten Produktmärkte zu Grunde gelegt. Diese Abgrenzung haben Ergebnisse einer Befragung der Marktbeteiligten überwiegend bestätigt.

##### b) *Relevanter geographischer Markt*

19. Innerhalb des EWR gibt es für die Haushaltsverpackungen keine tarifären oder sonstigen Handelshemmnisse, wie etwa Beschriftung und Design. Der Transportkostenanteil von [...] <sup>(8)</sup>% am Verkaufspreis an den Handel ist unbedeutend und etwa 25 bedeutendere Wettbewerber versorgen mit den Parteien den europäischen Markt.
20. Auch national unterschiedliche Verbraucherpräferenzen sind auf diesen Produktmärkten eher gering. Dies zeigt ein gleichermaßen hoher Anteil der Handelsmarken in den verschiedenen Ländern, der zumeist zwischen 25% und 55% des Verbrauchs deckt. Die

---

<sup>(5)</sup> zur Veröffentlichung entfernt

<sup>(6)</sup> zur Veröffentlichung entfernt

<sup>(7)</sup> vgl. Fall IV/M. 581 Frantschach / Bischof + Klein

<sup>(8)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, < 5%

Preisunterschiede liegen im allgemeinen zwischen  $\pm 10\%$ . Größere Abweichungen sind auf qualitative Unterschiede wie Foliendicke zurückzuführen (Müllbeutel in Frankreich).

21. Die zumindest in der Vergangenheit eher nationale Beschaffungspolitik der Handelsunternehmen stellt insoweit eine nationale Marktzutrittsschranke dar, als die erforderliche Leistung über Preise und Konditionen den Marktzutritt erschwert. Die Beschaffung erfolgt jedoch zunehmend grenzüberschreitend und europaweit und verliert als geographische Zutrittsschranke an Bedeutung. Dies gilt nach den Feststellungen der Kommission insbesondere für die die Nachfragestruktur prägenden Großvertriebsformen des Handels.
22. Aus den erwähnten Gründen und im Hinblick auf die erforderliche Zukunftsbetrachtung ist von einem europaweiten Markt (EWR-Gebiet) für Haushaltsverpackungen auszugehen, selbst wenn die jeweiligen Anteile auf nationaler Ebene (Heimatmärkte) hoch sind und von den jeweils ebenfalls bedienten Auslandsmärkten abweichen. Die Kommission hat auch in der bereits erwähnten früheren Entscheidung auf den Märkten flexibler Verpackungen mit ähnlicher Struktur auf europäische Märkte abgestellt.

*c) Wettbewerbliche Beurteilung*

23. Der vorgelagerte Polyäthylenmarkt ist nicht als vertikal betroffener Markt anzusehen. Dow ist auf diesem Markt tätig. Der Marktanteil liegt jedoch auf dem maßgeblichen europaweiten Markt bei etwa [...] <sup>(9)</sup>%, so daß gegenüber Wettbewerbern auf den Märkten des GU Ausschlußeffekte nicht zu erwarten sind.

Betroffene Märkte (vgl. Anlage 1)

24. Bei Haushaltsfolien mit einem Marktvolumen von etwa 760 MECU im EWR erreichen die gemeinsamen Marktanteile der Parteien auf dem maßgeblichen europäischen Markt unter Einschluß der Lieferungen an Anbieter von Handelsmarken 25%. Die Entwicklung der Marktanteile der Parteien im Zeitablauf ist rückläufig. Andere Markenhersteller decken fast 50% des Bedarfs und der wachsende Marktanteil der Handelsmarken liegt bei knapp 30%. Soweit es auf nationaler Ebene angesichts der sich geographisch weitgehend ergänzenden Tätigkeit der Parteien überhaupt zu Überlappungen kommt, erreicht der kombinierte Marktanteil nur in Norwegen [...] <sup>(10)</sup>%, während in Deutschland Dow nicht tätig ist und der Marktanteil für Melitta [...] <sup>(11)</sup>% erreicht.
25. Bei Abfallbeuteln liegt das Marktvolumen im EWR bei rd. 530 MECU. Hier erreichen die Parteien Marktanteile von zusammen etwa [...] <sup>(12)</sup>%, sowohl europaweit wie auf nationalem Niveau, so daß wettbewerbliche Bedenken gegen das Vorhaben auch hier nicht entstehen.
26. Der europäische Backpapiermarkt hat ein Volumen von knapp 60 MECU, an dem die Parteien einen gemeinsamen Anteil von [...] <sup>(13)</sup>% erzielen. Die sonstigen Anbieter, zu denen auch die Backpapierhersteller wie Paclan, Fora oder ITS selbst gehören, erreichen

---

<sup>(9)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, zwischen 10-20%

<sup>(10)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, zwischen 35-45%

<sup>(11)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, zwischen 40-50%

<sup>(12)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, zwischen 5-15%

<sup>(13)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, zwischen 35-45%

knapp [...] <sup>(14)</sup>%, während der wachsende Anteil der Handelsmarken noch unter 15% liegt.

27. Auf nationaler Ebene überschneiden sich die Aktivitäten zwar signifikant in Frankreich und Norwegen. Dort erreichen die Parteien gemeinsam [...] <sup>(15)</sup>% (sonstige Hersteller 25 bzw. 40%, Handelsmarken 19%). Für die Beurteilung des dadurch indizierten Verhaltensspielsraums im Hinblick auf Marktbeherrschung sind, wenn auf nationale Märkte abzustellen wäre, die folgenden Besonderheiten von Bedeutung:
- Backpapier kann ohne besondere Probleme durch "Pergament"papier (Butterbrotpapier) ersetzt werden.
  - Die Parteien kaufen das Backpapier von Dritten (Hersteller) und es wird ohne größere Wertschöpfung zugeschnitten und verpackt. Handel und sonstige Wettbewerber haben daher keine besonderen Marktzutrittsprobleme.
  - Das Marktvolumen für Backpapier ist auf der Ebene nationaler Märkte minimal (Frankreich 3,8 MECU, Norwegen 2,6 MECU)
28. Die beteiligten Unternehmen werden auf dem betroffenen europäischen Markt für Backpapier die höchsten Marktanteile haben. Andere bedeutende Wettbewerber sind neben den Handelsmarken vertreten. Die Marktzutrittsmöglichkeiten von integrierten Herstellern anderer Haushaltsverpackungen sind über die im Markt üblichen Zukäufe gegeben. Sie werden durch den niedrigen Transportkostenanteil am Verkaufserlös erheblich erleichtert. Daher ist insgesamt davon auszugehen, daß der beabsichtigte Zusammenschluß auf den europäischen Märkten für Haushaltsverpackungen keine beherrschende Stellung schaffen oder verstärken wird.

## **VI. Nebenabreden**

29. Der Gesellschaftsvertrag enthält in Art. 6 ein Wettbewerbsverbot der Mütter zu Gunsten des Gemeinschaftsunternehmens für die Dauer ihrer Beteiligung an dem GU. Es ist Ausdruck des dauerhaften Rückzugs von Melitta und Dow aus den Märkten des GU. Es sichert und verstärkt dessen konzentrativen Charakter und kann daher als ergänzende Beschränkung berücksichtigt werden.

## **VII. Ergebnis**

30. Aus den erwähnten Gründen hat die Kommission entschieden, dem angemeldeten Zusammenschluß nicht zu widersprechen und ihn als vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt zu erklären.

Diese Entscheidung ergeht in Anwendung von Artikel 6 (1) b der Verordnung des Rates Nr. 4064/89.

Für die Kommission

---

<sup>(14)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, zwischen 45-55%

<sup>(15)</sup> zur Veröffentlichung entfernt, zwischen 55-65%