

---

**Rücknahme der Anmeldung des Erwerbs der Harry's Inc., New York, USA, durch Edgewell Personal Care Company, Shelton, Connecticut, USA**

Branche: Nassrasierer

Aktenzeichen: B5-149/19

Datum der Rücknahme: 11. Februar 2020

---

Das Bundeskartellamt hat den beabsichtigten Erwerb der alleinigen Kontrolle der Edgewell Personal Care Company („Edgewell“) über Harry's Inc. („Harry's“) vertieft in einem Hauptprüfverfahren untersucht. Die vorläufigen Ermittlungsergebnisse haben ergeben, dass durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb auf dem nationalen Markt für Nassrasierer, die als Handelsmarken vertrieben werden, erheblich behindert worden wäre. In einer vorläufigen Bewertung des Vorhabens hat das Bundeskartellamt im November 2019 entsprechend wettbewerbliche Bedenken gegen das Zusammenschlussvorhaben schriftlich dargelegt („Abmahnung“) und den Verfahrensbeteiligten Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben. Die Zusammenschlussparteien haben am 11. Februar 2020 die Anmeldung zurückgenommen.

Edgewell ist ein börsennotiertes US-amerikanisches Unternehmen, das Körperpflegeprodukte (Nassrasurprodukte, Sonnenschutz- und Hautpflegeprodukte, Damenhygieneprodukte sowie Baby- und Haustierpflegeprodukte) herstellt und weltweit vertreibt. Unter anderem betreibt Edgewell in Solingen eine Produktionsstätte für die Herstellung von und den Handel mit Nassrasurprodukten. Das Unternehmen vertreibt in Deutschland Nassrasurprodukte u.a. unter der Marke „Wilkinson Sword“ und ist, neben der The Procter & Gamble Company, die Produkte unter der Marke „Gillette“ vertreibt, der zweite bedeutende Anbieter von Markenprodukten in diesem Bereich. Edgewell bietet

Handelsunternehmen gleichfalls Nassrasurprodukte für den Handelsmarkenvertrieb an („Eigenmarken“).

Harry's ist ein 2013 gegründetes Unternehmen, das seine weltweit einzige Produktionsstätte im thüringischen Eisfeld betreibt. Die Produktionsstätte in Eisfeld geht auf die Feintechnik GmbH zurück, die dort bereits seit längerem Nassrasurprodukte herstellt. Harry's ist einer der bedeutenden Anbieter von Handelsmarkenprodukten in Deutschland. Außerdem produziert Harry's seit wenigen Jahren Markenprodukte und vertreibt diese im Direktvertrieb an private Endkunden. Seit kurzer Zeit werden Harry's Markenprodukte in den USA auch über den Handel angeboten. Mit einer Ausdehnung des Vertriebs von Markenprodukten in Europa hat Harry's im vergangenen Jahr in Großbritannien begonnen.

Der angemeldete Zusammenschluss hätte in Deutschland insbesondere Auswirkungen auf dem Markt für Nassrasurprodukte (Rasierer und Ersatzklingen) gehabt, die als Eigenmarken an und von Handelsunternehmen (u.a. Drogeriemärkte und Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels) vertrieben werden. Im Hinblick auf die sachliche Marktabgrenzung ist das Bundeskartellamt in seiner vorläufigen Beurteilung von einem eigenständigen Markt für Eigenmarkenprodukte ausgegangen, da sich die Marktcharakteristika signifikant von denen auf dem Markt für Herstellermarkenprodukte unterscheiden. Hierfür spielten insbesondere die Vertriebswege und die Verfügbarkeit von Handels- und Herstellermarkenprodukten, verschiedene Faktoren bei der Beschaffung, unterschiedliche Strategien der jeweiligen Anbieter und große Preisunterschiede eine Rolle. Eine weitere sachliche Unterteilung des Marktes für Handelsmarken-Nassrasurprodukte in Produkte für Frauen und Männer oder Einweg- und Systemrasierer wurde nicht vorgenommen, da sich die geschlechtsspezifischen Produkte vorwiegend im Design unterscheiden, Anbieter die gesamte Produktpalette herstellen können und der Handel verschiedene Handelsmarken-Nassrasurprodukte im Bündel nachfragt.

Ebenfalls nicht abschließend beurteilt wurde die Frage der räumlichen Marktabgrenzung. In der vorläufigen Beurteilung ist das Bundeskartellamt von einem bundesweiten Markt ausgegangen. Ob ggf. das Beschaffungsverhalten des Handels die Abgrenzung eines räumlich darüber hinausgehenden Marktes erforderte, musste aufgrund der Rücknahme der Anmeldung nicht abschließend geklärt werden. Auf einem bundesweiten Markt für Eigenmarkenprodukte hätten die Zusammenschlussbeteiligten einen gemeinsamen Marktanteil erreicht, der deutlich über 40 Prozent gelegen hätte und damit deutlich oberhalb der Vermutungsschwelle für Marktbeherrschung (§ 18 Abs. 4 GWB). Den Handelsunternehmen hätte als Anbieter neben den Zusammenschlussparteien ansonsten im Wesentlichen nur noch das südkoreanische Unternehmen MTC, das seit einigen Jahren in Deutschland seine Produkte vertreibt, zur Verfügung gestanden.

Das Bundeskartellamt hat in seiner vorläufigen Beurteilung des Zusammenschlusses festgestellt, dass das vorliegende Zusammenschlussvorhaben durch unilaterale Effekte wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde. Das Bundeskartellamt hat hierzu in der Abmahnung dargelegt, dass durch die hohen Marktanteile, die sehr geringe Zahl von wesentlichen Wettbewerbern und die wettbewerbliche Nähe zwischen den Beteiligten sowohl für diese als auch für den verbleibenden Wettbewerber MTC erhebliche Anreize für Preiserhöhungen entstehen würden. Insbesondere jene Kunden, die bislang zugleich von mehreren Anbietern Handelsmarken-Nassrasurprodukte bezogen haben, wären durch den Zusammenschluss erheblich betroffen und in ihrem Bezugsverhalten stark eingeschränkt gewesen. Im Wesentlichen handelte es sich bei dem Vorhaben um eine sog. „3-auf-2-Fusion“. Geprüft wurde auch, ob die Marktzutrittswahrscheinlichkeiten, Nachfragemacht und freien Kapazitäten von Konkurrenten den Verhaltensspielraum der Zusammenschlussbeteiligten hinreichend einschränken würden. Dies war nach der vorläufigen Bewertung jedoch zu verneinen.

Die Analyse der wettbewerblichen Nähe ergab, dass die Zusammenschlussbeteiligten zwar nicht die beiden engsten, aber enge Wettbewerber sind. Dieser Grad an wettbewerblicher Nähe genügte in der Gesamtwürdigung für die Prognose erheblicher unilateraler Effekte. Berücksichtigt wurden für die Bewertung der wettbewerblichen Nähe unter anderem die geringe Zahl der Anbieter im Markt, die Produktdifferenzierung, Kundenwechsel zwischen den Anbietern, die Frequenz des Aufeinandertreffens bei Auftragsvergaben sowie bei Multi-Sourcing betreibenden Kunden die Überschneidungen und vorgenommene Umschichtungen zwischen den Bezugsalternativen.

Das Bundeskartellamt hat in der Abmahnung festgestellt, dass das Vorliegen unilateraler Effekte nicht ausschließt, dass der Zusammenschluss auch zu koordinierten Effekten führen könnte. Mit Blick auf die sehr deutliche Erfüllung der Schwellen für eine gemeinsame Marktbeherrschung (§18 Abs. 6 Nr. 1 GWB) wurde das Eintreten von koordinierten Effekten in der Abmahnung als wahrscheinlich angesehen.

Auf Wunsch der Zusammenschlussparteien wurde die Frist für das am 9. August 2019 angemeldete Verfahren mehrfach verlängert. Parallel zum Verfahren des Bundeskartellamtes fand eine Prüfung des Zusammenschlusses durch die US-amerikanische Federal Trade Commission („FTC“) statt. Die FTC hat das beabsichtigte Fusionsvorhaben nach ihrer vorläufigen Prüfung ebenfalls kritisch bewertet und dies den Beteiligten Anfang Februar 2020 mitgeteilt. Im Unterschied zur Situation in Deutschland betrafen die wettbewerblichen Bedenken der FTC den US-amerikanischen

Herstellermarkenmarkt<sup>1</sup>. Mit Zustimmung der Parteien hat ein Austausch des Bundeskartellamtes mit der FTC stattgefunden, der in erheblichem Maß zur Sachverhaltsaufklärung und zum wechselseitigen Verständnis der jeweiligen Verfahrensführung beigetragen hat.

---

<sup>1</sup> Vgl. Anklageschrift der FTC vom 2. Februar 2020,  
[https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/public\\_p3\\_complaint\\_-\\_edgewell-harrys.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/public_p3_complaint_-_edgewell-harrys.pdf)