

INSTITUT FÜR WELTWIRTSCHAFT

Düsternbrooker Weg 120

24105 Kiel

Kieler Arbeitspapier Nr. 1048

Verschörung oder Marktwirtschaft? Was bestimmt die Benzinpreise?

von

Christiane Kasten und Gernot Klepper

Mai 2001

Für den Inhalt der Kieler Arbeitspapiere sind die jeweiligen Autorinnen und Autoren verantwortlich, nicht das Institut. Da es sich um Manuskripte in einer vorläufigen Fassung handelt, wird gebeten, sich mit Anregungen und Kritik direkt an die Autorinnen und Autoren zu wenden und etwaige Zitate mit ihnen abzustimmen.

Verschwörung oder Marktwirtschaft? Was bestimmt die Benzinpreise?

Zusammenfassung:

Die starken Preissteigerungen für Benzin in den letzten 2 Jahren sind häufig auf mangelnden Wettbewerb zurückgeführt worden. Die These wird überprüft, indem die Wettbewerbsstruktur bei Tankstellen und deren Vorleistungsbeziehungen dargestellt werden und ökonometrische Schätzungen über die Wettbewerbsintensität ausgewertet werden. Die Analyse der aktuellen Preisentwicklung zeigt, dass – bis auf eine kurze Phase von strategischem Verhalten – die Vorgänge auf dem deutschen Markt weitgehend von den internationalen Preisentwicklungen sowie den Steuersätzen bestimmt werden. Der Wettbewerb an den Tankstellen scheint immer noch intensiv zu sein.

Schlagworte: Energiepreise, Benzin, Wettbewerb.

JEL Klassifikation: L11, L71, Q41.

Christiane Kasten
Institut für Weltwirtschaft
Düsternbrooker Weg 120
24105 Kiel
Telefon: 0431-8814-255
Telefax: 0431-8814-522
E-mail: ch.kasten@ifw.uni-kiel.de

Gernot Klepper
Institut für Weltwirtschaft
Düsternbrooker Weg 120
24105 Kiel
Telefon: 0431-8814-485
Telefax: 0431-8814-522
E-mail: gklepper@ifw.uni-kiel.de

INHALT

1. Einleitung	4
2. Zur Wettbewerbssituation auf dem deutschen Mineralölmarkt	5
2.1 Industriestruktur	5
2.2 Marktstruktur: Die Frage nach der Wettbewerbssituation	6
2.2.1 Einzelhandelsebene: Die Wettbewerbssituation auf dem Tankstellenmarkt	6
2.2.2 Großhandelsebene: Wettbewerb zwischen Raffinerien der integrierten Konzerne und freien Händlern	8
2.2.3 Lieferbeziehungen zwischen Einzel- und Großhandelsebene: Haben die integrierten Konzerne Marktmacht?	9
3. Empirisch-ökonomische Untersuchungen der Wettbewerbssituation auf dem deutschen Mineralölmarkt	12
4. Der deutsche Benzinmarkt im Jahr 2000	17
4.1 Langfristige Einordnung	17
4.2 Das aktuelle Geschehen im Jahr 2000	20
4.3 Mineralöl- und Ökosteuer	25
4.4 Externe Einflüsse	26
5. Zusammenfassung	27
6. Literatur	28

1. EINLEITUNG

Die Jahrhundertwende markiert das Ende einer fast zehnjährigen Phase fallender Rohölpreise und nahezu konstanter – real sogar ebenfalls fallender – Benzinpreise vor Steuern. Seit dem Tiefpunkt von etwa 12 Dollar pro Barrel Rohöl im Jahr 1998 hat sich der Preis auf ca. 25 Dollar mehr als verdoppelt. In der gleichen Zeit sind die Importpreise für Superbenzin von etwa 0,20 DM/l auf fast 0,60 DM/l angestiegen. Für den Verbraucher sind sie in der gleichen Zeit von etwa 1,60 DM/l Super auf jetzt über 2,20 DM/l Super gestiegen. Die Reaktionen in der Öffentlichkeit waren entsprechend stark. Insbesondere die Benzinpreise gaben Anlass zu emotionalisierten Äußerungen. Politik und Medien haben bei der Ursachenforschung eine Vielzahl von Erklärungen herangezogen, die von Theorien über eine Verschwörung der Ölkonzerne bis hin zu der Deutung als einem ganz normalen marktwirtschaftlichen Vorgang reichen.

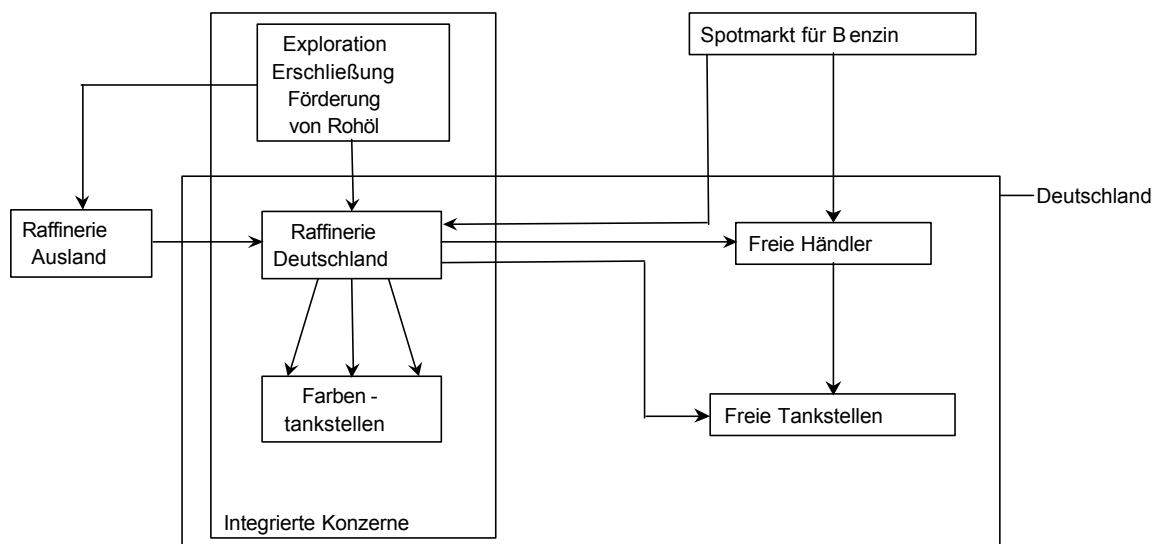
In diesem Papier sollen die Vorgänge auf dem deutschen Benzinmarkt seit 1999 dargestellt werden und eine Erklärung für die Preisschwankungen der letzten Monate sowie die Preisanstiege gegeben werden. Dazu werden zunächst die Wettbewerbsbedingungen und die Industriestruktur einschließlich der vorgelagerten Bereiche dargestellt, denn ohne diese Informationen können die Vorgänge an der Tankstelle nicht adäquat interpretiert werden. Danach werden die bisherigen ökonomischen Untersuchungen des deutschen Benzinmarktes diskutiert, die überwiegend zu dem Ergebnis kommen, dass der deutsche Benzinmarkt ein Wettbewerbsmarkt ist, auf dem keine Preisbeeinflussung aufgrund von Marktmacht möglich ist. Schließlich stellen wir unsere Interpretation der Turbulenzen auf dem deutschen Benzinmarkt des letzten Jahres an.

2. ZUR WETTBEWERBSSITUATION AUF DEM DEUTSCHEN MINERALÖLMARKT

2.1 Industriestruktur

Den Wettbewerb an der Tankstelle kann man nur verstehen, wenn man die gesamte Struktur des Mineralölmarktes berücksichtigt. Abbildung 1 gibt in stilisierter Form die Zusammenhänge auf dem Markt an.

Abbildung 1 — Die Struktur des deutschen Mineralölmarktes



Auf dem deutschen Mineralölmarkt gibt es zwei Typen von Anbietern: die integrierten Mineralölkonzerne sowie die freien Händler und Tankstellenbetreiber.

Die integrierten Mineralölkonzerne sind multinational tätig und beschäftigen sich mit der Exploration, Erschließung und Förderung von Rohöl, mit der Herstellung von Mineralölprodukten in Raffinerien und mit dem Vertrieb von Mineralölprodukten. In Deutschland betreiben sie 16 Raffinerien, mit deren Produktion zwei Drittel des deutschen Bedarfs an Mineralölprodukten gedeckt werden. Ein Drittel wird importiert.

Die Raffineriegesellschaften der integrierten Konzerne komplettieren ihre Eigenproduktion durch Importe von ausländischen Raffinerien desselben Konzerns

und vom Rotterdamer Spotmarkt. Die freien Händler beziehen ihre Importe vom Rotterdamer Spotmarkt.

Die integrierten Konzerne vertreiben ihre Produkte über konzerneigene Tankstellen, die sogenannten Farbantankstellen, die sie zu einhundert Prozent beliefern. Die Betreiber der freien Tankstellen beschäftigen sich lediglich mit dem Vertrieb von Mineralölprodukten und verfügen nicht über eigene Ölvorkommen und Verarbeitungsstätten. Sie beziehen ihr Benzin von den Raffinerien der integrierten Konzerne und von den freien Händlern.

2.2 Marktstruktur: Die Frage nach der Wettbewerbssituation

Die Frage nach der Wettbewerbssituation auf dem deutschen Mineralölmarkt lässt sich nicht pauschal beantworten. Man muss unterscheiden zwischen dem Wettbewerb auf der Einzelhandelsebene, also zwischen den Tankstellen, und dem Wettbewerb auf der Großhandelsebene, also zwischen Produzenten und Importeuren. Trotzdem können diese nicht unabhängig voneinander betrachtet werden, da der Wettbewerb der integrierten Konzerne mit den freien Tankstellen auch von Vorgängen auf der Großhandelsebene bestimmt wird.

2.2.1 Einzelhandelsebene: Die Wettbewerbssituation auf dem Tankstellenmarkt

Am Ende 1999 gab es in Deutschland 16 400 Tankstellen (Mineralölwirtschaftsverband 2000). Davon waren 65 Prozent Tankstellen der integrierten Konzerne und 35 Prozent freie Tankstellen.¹

Der Inlandsabsatz von Ottokraftstoffen in Deutschland liegt, nachdem er 1993 seinen Höhepunkt erreicht hatte, seit Mitte der neunziger Jahre bei ca. 30 Millionen Tonnen jährlich (MWV 2000). Im Jahr 2000 hat sich der Absatz an Ottokraftstoffen um 4,3 Prozent auf 28,9 Millionen Tonnen verringert, obwohl der Bestand an PKW gestiegen ist (Schiffer 2001). Die Branche erwartet, dass die Nachfrage wegen des Einsatzes sparsamerer Motoren langfristig zurückgehen wird. Für 2015 rechnet man mit einem Absatz, der um ein Drittel

¹ Berechnet aus Angaben der MWV-Mitglieder auf der Homepage des MWV, <http://www.mwv.de>.

niedriger ist als heute. Man geht deshalb davon aus, dass in den nächsten Jahren um die 4000 Tankstellen geschlossen werden müssen.

Die Anbieter haben die Pflicht, ihre Preise an den Tankstellen gut sichtbar aufzustellen. Deshalb sind die Preise sowohl für die Verbraucher als auch für die Konkurrenz leicht vergleichbar. Die Verbraucher reagieren sehr sensibel auf Preisunterschiede; viele wechseln schon bei Preisunterschieden von wenigen Pfennigen pro Liter den Anbieter.

Obwohl die Gesamtheit der Farbentankstellen einen Marktanteil von 75 bis 80 Prozent hat, und es eine überschaubare Anzahl von integrierten Konzernen mit relativ hohen Marktanteilen gibt², wird man deshalb auf lokaler Ebene kaum Preisunterschiede zwischen den Anbietern beobachten.³ Im Allgemeinen sind die Preise der Farbentankstellen etwas höher als die der freien Anbieter, da sie anscheinend in der Lage sind, einen Aufschlag für den Markennamen erheben zu können.⁴

Auch zwischen den Regionen gibt es nur geringe Preisunterschiede. Ausnahmen sind wenig erschlossene, entlegene Gebiete, in denen es nur einen Anbieter gibt. Drescher und McNamara (2001) ermitteln für einen Treibstoffpreisindex, der sich aus den Preisen für Diesel und zwei Sorten bleifreies Benzin zusammensetzt, in 49 deutschen Städten an einem Tag des Jahres 1993 lediglich eine Spanne von 94,93 bis 103,76 und eine Standardabweichung von nur 2,09.

Auf der Einzelhandelsebene des deutschen Mineralölmarktes herrscht ein starker Wettbewerb. Auf lokaler Ebene gibt es keine gravierenden systematischen

² Gegenwärtig sind die Marktanteile der größten integrierten Anbieter ungefähr folgende: Aral (Vertriebsgesellschaft der VEBA Öl) 19 Prozent, Shell 13 Prozent, Esso und Dea je 11 Prozent, BP und TotalFinaElf und Conoco (Jet) je 7 Prozent (FAZ 2000).

³ Neben den mittelständischen freien Anbietern betreiben auch Supermärkte Tankstellen. Supermärkte betreiben das Tankstellengeschäft häufig als Lockvogelgeschäft und operieren wahrscheinlich so, dass sie weder Gewinne noch Verluste machen. Sie sind in ihrer Preisgestaltung sehr flexibel; zuweilen werden die Preise an den Zapfsäulen mehrmals täglich geändert. Vermutlich beziehen sie ihre Benzin aus mehreren Quellen – Reste von Raffinerien und Händlern, Spotmarkt – und suchen täglich nach den günstigsten Angeboten. Diese Anbieter sorgen für einen besonderen Wettbewerbsdruck auf dem lokalen Markt.

⁴ Das Bundeskartellamt argumentiert, „... dass mittelständische Tankstellen ohne eingeführte Marke aufgrund der Erwartungshaltung der Endverbraucher die Preise der Markengesellschaften grundsätzlich unterbieten müssen, um wettbewerbsfähig zu sein.“ (Bundeskartellamt 2000: 23).

Preisunterschiede zwischen Farbantankstellen und freien Tankstellen. Auch zwischen den Regionen gibt es normalerweise nur geringfügige Preisunterschiede.

2.2.2 Großhandelsebene: Wettbewerb zwischen den Raffineriegesellschaften der integrierten Konzerne und den freien Händlern

Die deutschen Raffineriegesellschaften produzieren nur einen Teil des in Deutschland nachgefragten Benzins. Sie komplettieren ihre Eigenproduktion durch Importe, die sie entweder von ausländischen Raffineriegesellschaften ihres Konzerns oder direkt vom Rotterdamer Spotmarkt beziehen. Auch die freien Händler beziehen ihre Importe vom Spotmarkt.

Sofern kein Angebotsengpass besteht, können sich die deutschen Importeure am Rotterdamer Spotmarkt ohne Einschränkung bedienen. Deshalb können die integrierten Konzerne für Lieferungen an die freien Händler und an die freien Tankstellen keinen Preis verlangen, der über dem Rotterdamer Spotmarktpreis liegt. Andernfalls könnten diese sich am Spotmarkt günstiger versorgen.

Nach Angaben des Bundeskartellamtes werden rund 40 Prozent des inländischen Kraftstoffbedarfs importiert; 60 Prozent davon von den Raffineriegesellschaften und 40 Prozent von unabhängigen Importeuren. Demzufolge stammen 16 Prozent der in Deutschland abgesetzten Kraftstoffen aus Importen der freien Händler (vgl. Bundeskartellamt 2000: 22). „Die [unabhängigen] Importeure sind die marginalen Versorger des deutschen Marktes. Ihre Preise und ihr Verhalten bestimmen die Großhandelskonditionen“ (Diederichs 1984: 205). Im Normalfall ist deshalb der Rotterdamer Spotmarktpreis der maßgebliche Preis auf der Großhandelsebene des deutschen Mineralölmarktes, d.h. der deutsche Großhandelspreis wird vom Weltmarktpreis bestimmt.

2.2.3 Lieferbeziehungen zwischen Einzel- und Großhandelsebene: Haben die integrierten Konzerne Marktmacht?

Schürmann (1984) schlussfolgert aus der Bedeutung der freien Importeure als marginale Anbieter, dass „... sich die Preise für Mineralölfertigprodukte auf dem deutschen Markt nicht als Addition einzelner Kostenelemente der inländischen Mineralölindustrie (bilden), sondern nach Maßgabe von Angebot und Nachfrage auf den nationalen *und* internationalen Produktmärkten.“ Deshalb werden auch „... die erlöspolitischen Potentiale auf den Inlandsmärkten maßgeblich von Konditionen auf dem Rotterdamer Markt bestimmt.“ (Schürmann 1984: 44).

Für die integrierten Konzerne bedeutet das, dass sie auf der Einzelhandelsebene keine außergewöhnlichen Gewinne machen können: An ihre eigenen und an die freien Händler und Tankstellen geben sie Benzin zum Rotterdamer Spotmarktpreis ab, d.h. die Bezugskosten sind für alle Tankstellen identisch. Gleichzeitig herrscht auf dem Tankstellenmarkt ein starker Wettbewerb. Deshalb setzt sich der Einzelhandelspreis aus dem Rotterdamer Spotmarktpreis sowie den Transportkosten, den Kosten für den Unterhalt der Tankstelle, den Löhne der Angestellten etc. zusammen, die sich für freie und Markentankstellen kaum erheblich unterscheiden dürften. Unterschiedliche Gewinnspannen sind deshalb auf der Tankstellenebene kaum möglich.

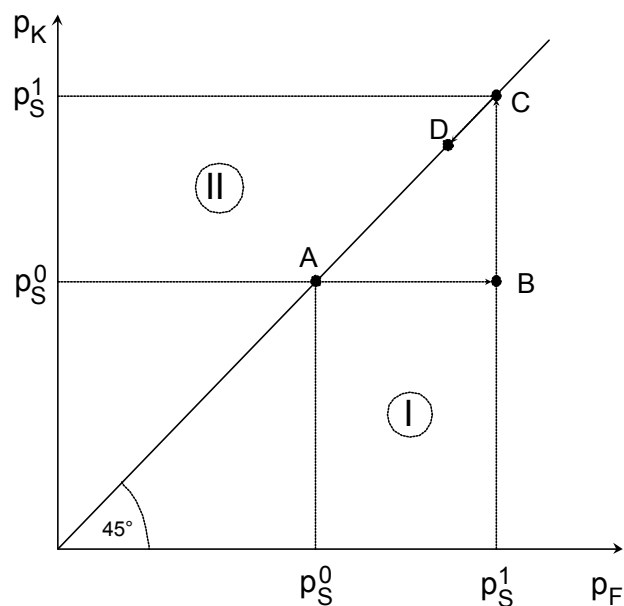
Die Möglichkeit, außergewöhnliche Gewinne zu machen, haben die integrierten Konzerne nur auf der Großhandelsebene, d.h. bei den Raffineriegesellschaften. Deren Profitabilität hängt vermutlich überwiegend von der Relation zwischen den Kosten der heimischen Raffinerien und dem Spotmarktpreis ab.

Im langfristigen Gleichgewicht entsprechen die Durchschnittskosten der heimischen Raffinerien dem Spotmarktpreis und es fallen keine außergewöhnlichen Gewinne an. Außergewöhnliche Gewinne können jedoch realisiert werden, wenn die Durchschnittskosten unter dem Spotmarktpreis liegen. Dies kann dann der Fall sein, wenn der Spotmarktpreis für Benzin ansteigt. In dieser Situation eröffnet sich für die integrierten Konzerne ein strategischer Spielraum, den sie nutzen können, indem sie durch Preisdiskriminierung bei Lieferungen an konzerneigene und freie Tankstellen versuchen, freie Anbieter aus dem Markt zu drängen.

Im Folgenden wird diskutiert, welche Strategie für einen integrierten Konzern bei der Gestaltung der Preise bei Lieferungen an eigene und freie Tankstellen rational ist, wenn der Spotmarktpreis für Benzin durch einen exogenen Schock steigt.

In Abbildung 2 sind die Preise dargestellt, zu denen die Raffineriegesellschaft eines integrierten Konzerns die freien Tankstellen (p_F) und die konzerneigenen Tankstellen (p_K) beliefert.

Abbildung 2 — Raffinerieabgabepreise für freie und konzerneigene Tankstellen



Im langfristigen Gleichgewicht entsprechen die Durchschnittskosten der inländischen Raffineriegesellschaft dem Spotmarktpreis. Die Raffinerien werden dann sowohl ihre eigenen als auch an die freien Tankstellen zum Spotmarktpreis p_S^0 beliefern. Dieses langfristige Gleichgewicht ist durch die 45°-Linie gekennzeichnet. Für den Konzern ist es nicht rational, von seinen eigenen Tankstellen mehr als den Spotmarktpreis zu verlangen (Feld II), da er in diesem Fall wegen des starken Wettbewerbs auf dem Tankstellenmarkt Marktanteile verlieren würde. Es ist ebenfalls nicht rational, von den freien Tankstellen mehr als den Spotmarktpreis zu verlangen (Feld I), da diese sich bei den freien Händlern günstiger versorgen können. Im langfristigen Gleichgewicht, d.h. solange die Durchschnittskosten der Raffineriegesellschaft dem Spotmarktpreis entsprechen, ist es also für den Konzern rational, bei Lieferungen an freie und eigene

Tankstellen keine Preisdiskriminierung zu betreiben und beide zum Spotmarktpreis zu beliefern.

Durch eine Verknappung auf den Weltmärkten für Rohöl und Benzin kann es zu einem Preisanstieg auf dem Spotmarkt für Benzin kommen, der über die üblichen Preisschwankungen hinausgeht (von p_s^0 auf p_s^1). In diesem Fall ist es für die Raffineriegesellschaft möglich, die eigenen Tankstellen weiter zum alten Spotmarktpreis zu beliefern. Von den freien Tankstellen hingegen können sie den neuen Spotmarktpreis verlangen (Übergang vom langfristigen Gleichgewicht in Punkt A zu Punkt B nach dem Spotmarktpreisanstieg).

Diese Form der Preisdiskriminierung ist für einen begrenzten Zeitraum möglich, einerseits bis sich die Ursachen für den Anstieg der Spotpreise für Benzin – z.B. eine Erhöhung der Rohölpreise – auch in den Produktionskosten der konzerneigenen Raffinerien niederschlagen. Dies würde dann zu einer Konvergenz der Abgabepreise an freie und an Konzerneigene Tankstellen führen, d.h. das Gleichgewicht geht von B auf die Diagonale nach C. Preisdiskriminierung wäre dann nicht mehr möglich.

Häufig ist bei Schocks auf den Weltmärkten für Rohöl und Benzin ein Überschießen der Preise zu beobachten. Es kann gut sein, dass das neue langfristige Gleichgewicht nicht in Punkt C, sondern in Punkt D liegt, da sich der Spotmarktpreis für Benzin mit der Zeit auf ein langfristiges Niveau zwischen den Preisen, die vor und unmittelbar nach dem Schock bestanden, einpegeln wird.

Wenn es sich auf dem Spotmarkt um einen kurzfristigen Schock handelt – zum Beispiel kurzfristige Lieferprobleme oder Erwartungsänderungen, die sich nicht bewahrheiten –, dann wird nach einer Weile der Spotmarktpreis auf sein altes Niveau zurückfallen und das alte Gleichgewicht in A wird wiederhergestellt. Preisdiskriminierung ist dann nicht mehr möglich.

Eine Preisdiskriminierung der freien Tankstellen und damit überhöhte Preise für den Verbraucher kann es deshalb nur kurzfristig geben.

Den konzerneigenen Raffinerien steht natürlich auch die Strategie zur Verfügung, ihre Abgabepreise generell am Spotmarktpreis auszurichten, d.h. auch die Markentankstellen zum Preis p_s^1 zu beliefern. Dann würde sofort der Punkt C er-

reicht und die kurzfristigen Gewinne fielen bei den Raffinerien an und nicht bei den Markentankstellen.

Welche Strategien von den Konzernen in Situationen von steigenden Spotmarktpreisen verfolgt werden ist empirisch nur schwer festzustellen. Frei verfügbare Daten gibt es für die Spotmarktpreise in Rotterdam und für die Tankstellenabgabepreise. Es lässt sich also nur die zeitliche Entwicklung der Differenz zwischen Spotmarktpreis und Nettoabgabepreis an der Tankstelle beobachten, aber nicht die Kosten, die für Transport und Vermarktung des Benzins auftreten. Der Wettbewerb auf dem Markt für Benzin muss deshalb auf der Basis dieser Informationen untersucht werden.

3. EMPIRISCH-ÖKONOMETRISCHE UNTERSUCHUNGEN DER WETTBEWERBSSITUATION AUF DEM DEUTSCHEN MINERALÖLMARKT

Was für die analytische Untersuchung der Wettbewerbssituation auf dem deutschen Mineralölmarkt gilt, gilt auch für die empirisch-ökonomische Untersuchung: Strategische Spielräume wird man nur dann erkennen können, wenn neben der Groß- und der Einzelhandelsebene auch die besondere Rolle der integrierten Konzerne als Importeure und Produzenten und als Lieferanten an eigene und an freie Tankstellen berücksichtigt wird.

Lanza (1991) sowie Kübler und Kirchgässner (1992) verwenden Modelle, die jeweils die Groß- und Einzelhandelsebene beschreiben, nicht jedoch die Verbindung zwischen beiden durch die integrierten Konzerne. Erwartungsgemäß schließen sie auf eine hohe Wettbewerbsintensität auf der Groß- und der Einzelhandelsebene. Die Autoren beider Studien untersuchen die Wettbewerbssituation auf dem deutschen Mineralölmarkt anhand der Anpassung des deutschen Groß- und Einzelhandelspreises an Veränderungen des Weltmarktpreises. Bei hoher Wettbewerbsintensität würden Veränderungen des Weltmarktpreises proportional an den Großhandels- bzw. Tankstellenpreis weitergegeben werden. Es gäbe keine unterschiedlichen Anpassungszeiten für Preisanstiege und Preisrückgänge. Eine über- oder unterproportionale Weitergabe von Weltmarktpreisänderungen bzw. unterschiedliche Anpassungszeiten an Weltmarktpreisanstiege und -rückgänge würde darauf schliessen lassen, dass die deutschen Anbieter sich

strategisch verhalten und die Möglichkeit haben, außergewöhnliche Gewinne abzuschöpfen.

Lanza (1991) schätzt ein System zweier Gleichungen. Auf der Großhandelsebene wird die Elastizität des Raffinerieabgabepreises bezüglich des Rohölpreises und auf der Einzelhandelsebene die Elastizität des Tankstellenpreises bezüglich des Raffinerieabgabepreises ermittelt. Dabei wird der Raffinerieabgabepreis mit dem Rotterdamer Spotmarktpreis angenähert. Außerdem werden die jeweiligen Reaktionsgeschwindigkeiten geschätzt. Es werden monatliche Daten aus dem Zeitraum von 1980 bis 1990 verwendet.

Der Rotterdamer Spotmarktpreis reagiert auf Anstiege und Rückgänge des Rohölpreises sowohl bezüglich der Elastizität als auch bezüglich der Anpassungsgeschwindigkeit symmetrisch. Bei vollkommenem Wettbewerb entspräche der Wert der Elastizität des Raffinerieabgabepreises – der mit dem Rotterdamer Spotmarktpreis angenähert wird – bezüglich des Rohölpreises dem Anteil der Rohölkosten an den gesamten Grenzkosten der Raffinerien. Lanza gibt für diesen Anteil einen Wert von 0.77 an, testet jedoch nicht ökonometrisch, ob die geschätzte Elastizität von 0.85 signifikant von diesem Wert abweicht oder nicht. Deshalb sind anhand seiner Ergebnisse Aussagen über die Wettbewerbsintensität auf der Raffinerieebene schwer abzuleiten. Darüber hinaus sind diese Ergebnisse für den deutschen Mineralölmarkt nur dann relevant, wenn der Raffinerieabgabepreis tatsächlich den Bewegungen des Rotterdamer Spotmarktpreises folgt. Ob das der Fall ist, wird in der Studie jedoch nicht untersucht. Es wird lediglich gezeigt, dass die Elastizität des Weltmarktpreises für Benzin bezüglich des Weltmarktpreises für Rohöl 0.85 beträgt und dass der Benzinpreis auf Anstiege und Rückgänge des Rohölpreises symmetrisch reagiert.

Der Tankstellenpreis reagiert auf Veränderungen des Rotterdamer Spotmarktpreises asymmetrisch: Spotmarktpreisanstiege werden weniger stark und schneller an den Tankstellenpreis weitergegeben als Spotmarktpreiserückgänge. Da wiederum nicht getestet wird, ob die Elastizitäten signifikant vom Anteil der Benzineinstandskosten (Rotterdamer Spotmarktpreis) an den gesamten Grenzkosten der Tankstellen abweichen, kann aufgrund der geschätzten Elastizitäten keine Aussage über die Wettbewerbsintensität getroffen werden.

Kübler und Kirchgässner (1992) untersuchen mit einem Fehlerkorrekturmodell die langfristige Beziehung zwischen dem deutschen Großhandelspreis bzw. dem deutschen Tankstellenpreis und dem Rotterdamer Spotmarktpreis sowie den Anpassungsprozess der deutschen Preise an Änderungen des Weltmarktpreises. Anders als Lanza, der den deutschen Raffinerieabgabepreis mit dem Spotmarktpreis annähert und damit faktisch die Abhängigkeit des Weltmarktpreises für Benzin von jenem für Rohöl untersucht, ohne deren Relevanz für den deutschen Markt zu klären, untersuchen die Autoren die für den deutschen Markt offensichtlich relevante Abhängigkeit des Großhandelspreises vom Weltmarktpreis für Benzin. Es werden monatliche Daten für den Zeitraum von 1972 bis 1989 verwendet, wobei die Daten für beide Dekaden getrennt analysiert werden, um Veränderungen der Wettbewerbssituation im Zeitablauf erkennen zu können.

Spotmarktpreisänderungen werden vollständig an die deutschen Groß- und Einzelhandelspreise weitergegeben. Die Autoren halten den Grad der Weitergabe allein jedoch nicht für ausreichend, um die Wettbewerbssituation beurteilen zu können, da die Variationen der deutschen Preise ausschliesslich von den Variationen des Weltmarktpreises bestimmt zu werden scheinen. In diesem Fall bleibt den inländischen Anbietern als strategisches Instrument nur die Geschwindigkeit, mit der sie Preisanpassungen vornehmen.

Für die achtziger Jahre konnten weder für den Groß- noch für den Einzelhandelspreis unterschiedliche Anpassungsgeschwindigkeiten an Anstiege und Rückgänge des Spotmarktpreises festgestellt werden. In den siebziger Jahren hat jedoch der Großhandelspreis schneller auf Rückgänge als auf Anstiege des Spotmarktpreises reagiert. Die Autoren führen das darauf zurück, dass die Unternehmen auf ihre öffentliche Reputation bedacht sind und deshalb Preiserhöhungen mit höheren Anpassungskosten verbunden sind als Preissenkungen.

In den achtziger Jahren konnte die Asymmetrie der Anpassungsgeschwindigkeit nicht mehr beobachtet werden und die Anpassung an Weltmarktpreisänderungen erfolgte schneller als in den siebziger Jahren. Beide Phänomene werten die Autoren als Hinweis auf eine Intensivierung des Wettbewerbs.

Insgesamt wird der deutsche Mineralölmarkt als bestreitbarer Markt interpretiert, in dem es der überschaubaren Anzahl von Anbietern mit jeweils relativ großem Marktanteil nicht gelingt, langfristig vom Rotterdamer Spotmarktpreis

abzuweichen, da marginale Anbieter jederzeit in der Lage sind, Benzin vom Spotmarkt zu beziehen.

Anders als Lanza (1991) und Kirchgässner und Kübler (1992), die den deutschen Markt als regionales Aggregat untersuchen, beschäftigen sich Drescher und McNamara (2001) mit der Frage, ob es regionale Unterschiede in der Wettbewerbsintensität gibt. Sie untersuchen, ob regionale Unterschiede des Tankstellenpreises mit regionalen Unterschieden der Konzentration von Mineralöl-anbietern auf der Tankstellenebene erklärt werden können.

Die Autoren verwenden einen Index für Treibstoffpreise in 49 deutschen Städten. Der Index setzt sich aus den Preisen für Diesel und zwei Sorten bleifreien Benzins zusammen, die an einem bestimmten Tag erhoben wurden. Dabei werden nur die Preise der Farbetankstellen verwendet, jene der freien Tankstellen werden nicht berücksichtigt. Die Konzentration der Markenanbieter wird mit dem Herfindahl-Index gemessen. Andere erklärende Variablen sind der Marktanteil freier Tankstellen, lokale Distributionskosten – wie Löhne, Preise für Elektrizität, Gewerbemieten und die Entfernung zur nächsten Raffinerie – und Determinanten der Nachfrage wie die Anzahl und die Dichte der Autos in einer Stadt.

Die Hypothese, dass regionale Unterschiede der Benzinpreise auf regionale Unterschiede in der Konzentration der Anbieter zurückzuführen sind, wird abgelehnt, da kein signifikanter Einfluss des Konzentrationsmaßes der Farbetankstellen und des Marktanteils der freien Anbieter auf den Preis festgestellt werden kann. Dieses Ergebnis ist nicht überraschend, da schon eine nähere Betrachtung der Daten zeigt, dass es kaum regionale Preisunterschiede gibt. Die Indices für die Preise in den einzelnen Städten weisen keine große Variation auf: sie bewegen sich zwischen 94.93 und 103.76, und die Standardabweichung beträgt lediglich 2,09.

Wenn man davon ausgeht, dass die integrierten Konzerne nicht permanent, sondern nur zeitweise strategische Spielräume haben, so sagt das Ergebnis aus, dass es an dem Tag, für den die Daten erhoben wurden, solche Spielräume nicht gab. Wahrscheinlich ist dieser Tag repräsentativ für das langfristige Gleichgewicht. Es ist allerdings zu vermuten, dass in einem Zeitraum, in dem der Spotmarktpreis ansteigt, der durchschnittliche Zapfsäulenpreis – inklusive der Preise der freien

Tankstellen und nicht nur jener der Farbantankstellen wie in der Studie – in einer Region mit einer hohen Anbieterkonzentration niedriger ist als in einer Region mit einer niedrigeren Anbieterkonzentration. Wenn die integrierten Konzerne in einer solchen Situation ihre eigenen Tankstellen zu einem niedrigeren Preis beliefern als die freien Tankstellen und die konzerneigenen Tankstellen einen höheren Marktanteil haben, so schlägt sich das in einem niedrigeren durchschnittlichen Zapfsäulenpreis nieder, da die Tankstellen ihren Einstandspreis an den Zapfsäulenpreis weitergeben.

Die drei Studien finden Evidenz dafür, was aufgrund der analytischen Überlegungen für das langfristige Gleichgewicht auf dem Mineralölmarkt vermutet wurde: Der Großhandelspreis variiert mit dem Rotterdamer Spotmarktpreis, d.h. sowohl die freien Importeure als auch die Raffineriegesellschaften der integrierten Konzerne beliefern die Tankstellen zu Preisen, die auf dem Rotterdamer Spotmarktpreis basieren. Da die Tankstellen deshalb identische Bezugspreise haben, variiert auch der Einzelhandelspreis mit dem Rotterdamer Spotmarktpreis. Im langfristigen Gleichgewicht haben die integrierten Konzerne demzufolge keinen Preissetzungsspielraum gegenüber freien Händlern und Tankstellen und können auch auf dem Tankstellenmarkt keinen Preis verlangen, der zu außergewöhnlichen Gewinnen führt. Deshalb gibt es auch nur geringe regionalen Preisunterschiede.

Die analytischen Überlegungen haben jedoch auch gezeigt, dass es außerhalb des langfristigen Gleichgewichtes – bei außergewöhnlichen Spotmarktpreisanstiegen – durchaus kurzfristig strategische Spielräume für die integrierten Konzerne geben kann.

Diese kurzfristigen Abweichungen sind aus mehreren Gründen mit ökonometrischen Methoden nur schwer aufzufinden: Erstens gibt es keine systematischen Informationen über die Preise für konzerninterne Lieferungen von Rohöl und Mineralölprodukten. Zweitens treten außergewöhnliche Spotmarktpreisanstiege, die die Voraussetzung für strategische Spielräume der Konzerne sind, relativ selten auf und es ist zu vermuten, dass sich die Preisreaktionen, die in dieser Situation auf dem deutschen Markt auftreten, auf das Gesamtergebnis einer Schätzung mit Zeitreihendaten nicht signifikant auswirken würden. Bei Querschnittsdaten, wie sie Drescher und McNamara (2001) verwenden, kommt es darauf an, ob sie aus einem Zeitraum stammen, in dem ein langfristiges Gleich-

gewicht herrschte oder ob es einen außergewöhnlichen Preisanstieg auf den Weltmärkten gab.

Obgleich es aufgrund theoretischer Überlegungen plausibel erscheint, dass die integrierten Konzerne kurzfristig strategische Spielräume haben, wenn die Weltmarktpreise von Rohöl und Benzin vom langfristigen Gleichgewichtspfad abweichen und stark ansteigen, scheint es wegen der genannten Schwierigkeiten gegenwärtig offensichtlich außerordentlich schwierig, solche Spielräume mit ökonomischen Methoden zu identifizieren.

4. DER DEUTSCHE BENZINMARKT IM JAHRE 2000

4.1 Langfristige Einordnung

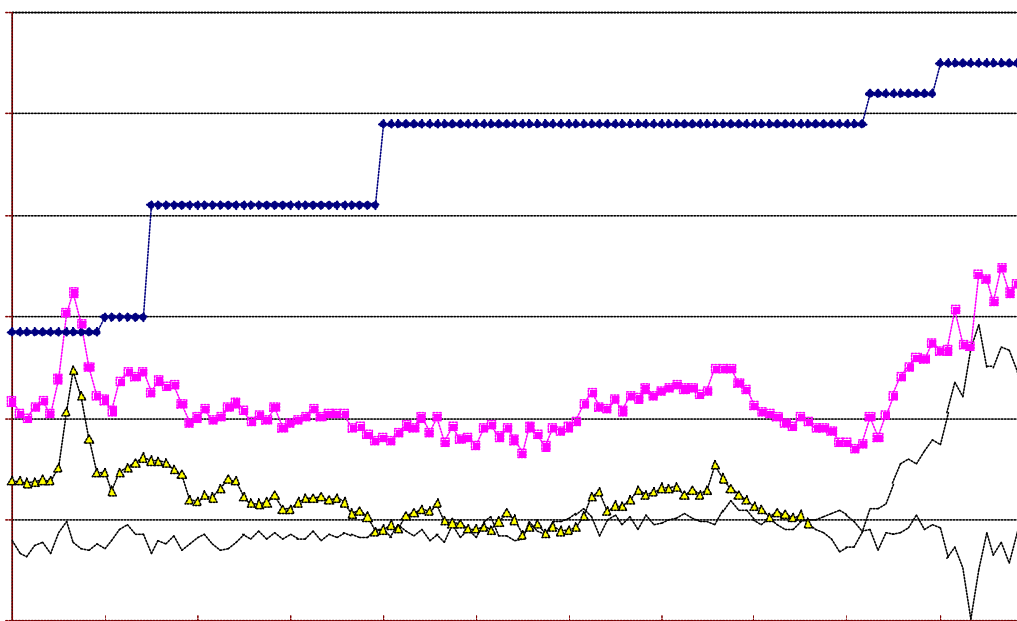
Nach einem kurzfristigen Anstieg infolge des Golfkrieges 1990 war der Ölpreis über die lange Periode bis 1997 außergewöhnlich stabil und bewegte sich, je nach Sorte, zwischen 15 und 20 US-Dollar. Infolge des durch die Asienkrise ausgelösten Nachfrageeinbruchs fiel der Preis 1998 auf einen historischen Tiefstand von 10 US-Dollar. Die Opec konnte diesen dramatischen Rückgang nicht aufhalten, obwohl sie 1998 dreimal die Förderquoten reduzierte. Im Laufe des Jahres 1999 änderte sich die Situation grundlegend: Der globale konjunkturelle Aufschwung sorgte für einen Nachfragezuwachs, so dass es der Opec gelang, mit Hilfe weiterer Förderreduktionen den Preis wieder ansteigen zu lassen. Im zweiten und dritten Quartal des Jahres 2000 erreichte der Ölpreis Werte von bis zu 35 US-Dollar. Zum Ende des Jahres ging er zwar zurück, blieb jedoch in den folgenden Monaten auf einem Niveau von um die 25 US-Dollar und liegt damit noch immer höher als in der ruhigen Phase der letzten zehn Jahre.

Der Weltmarktpreis für Benzin ist langfristig eng an die Entwicklung des Weltmarktpreises für Rohöl geknüpft. Deshalb spiegeln sich die Geschehnisse auf dem Ölmarkt in dem für Deutschland relevanten Importpreises für Benzin wider.

Abbildung 3 zeigt die langfristige Entwicklung der wichtigsten Preiskomponenten für Superbenzin über die letzten zehn Jahre. Der Importpreis ist ein Durchschnittswert der Preise, die die freien Importeure und Raffinerien offiziell für ihre Benzinimporte zahlen. Man kann davon ausgehen, dass dieser Durch-

schnittswert mehr oder weniger dem Rotterdamer Spotmarktpreis entspricht. Der Nettopreis an der Tankstelle ergibt sich aus dem Zapfsäulenpreis minus Mehrwertsteuer und Mineralölsteuer. Die Mineralölsteuer ist eine Mengensteuer, d.h. pro Liter wird unabhängig vom Nettopreis ein bestimmter DM-Betrag erhoben. Als „Marge“ bezeichnet die Branche die Differenz zwischen dem Nettopreis an der Tankstelle und dem Importpreis.

Abbildung 3 — Monatliche Nominale Preise für Superbenzin 1990-2000

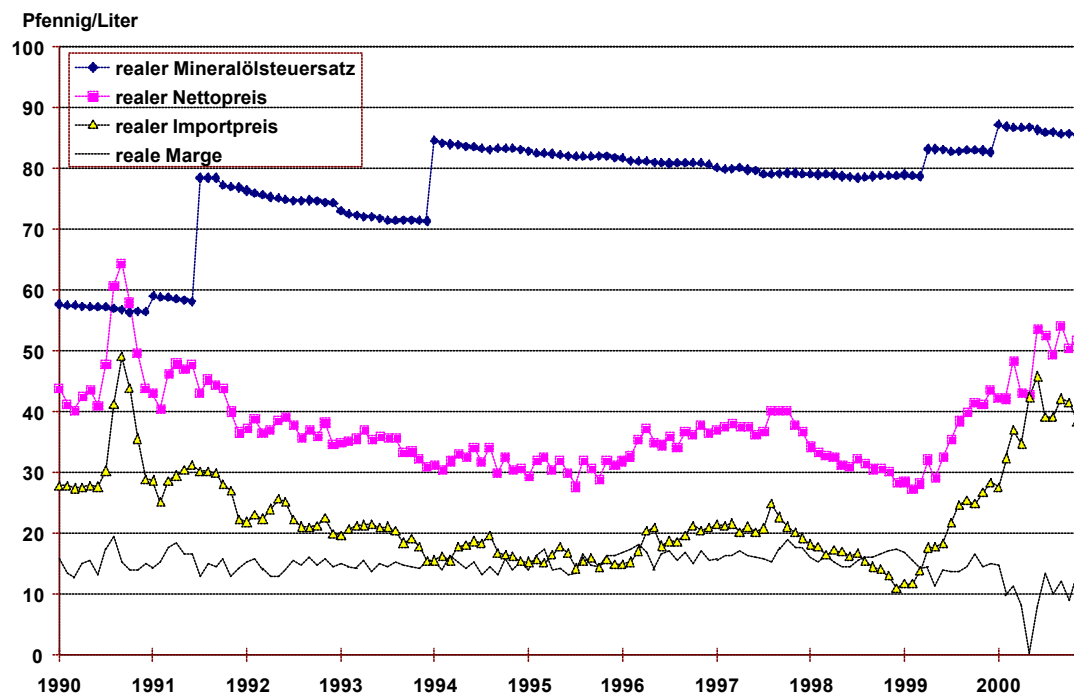


Daten: Bundesministerium der Finanzen.

Es ist deutlich erkennbar, dass der Nettopreis an der Tankstelle langfristig der Entwicklung des Importpreises folgt, d.h. langfristig wird der deutsche Tankstellenpreis vom Geschehen auf dem Weltmarkt für Rohöl und Benzin bestimmt.

Interessant ist neben der Entwicklung der nominalen Preise auch die Entwicklung der realen Preise. Abbildung 4 zeigt die realen Werte für die Komponenten des Preises für Superbenzin.

Abbildung 4 — Monatliche Reale Preise für Superbenzin 1990-2000, Basis 1990



Daten: Bundesministerium für Finanzen, Verbraucherpreisindex: Datastream.

Für die Zeit nach dem Golfkrieg bis Anfang 1999 ist ein rückläufiger Trend des realen Importpreises zu beobachten. Dieser wurde 1996/97 zwar kurzzeitig unterbrochen, jedoch stieg der Preis in dieser Phase nicht mehr auf ein Niveau wie vor dem Golfkrieg. Der rückläufige Trend wurde Anfang 1999 abrupt beendet, als die globale Konjunktur und mit ihr die Nachfrage anzogen und es der Opec gelang, durch Förderreduktionen den Ölpreis ansteigen zu lassen.

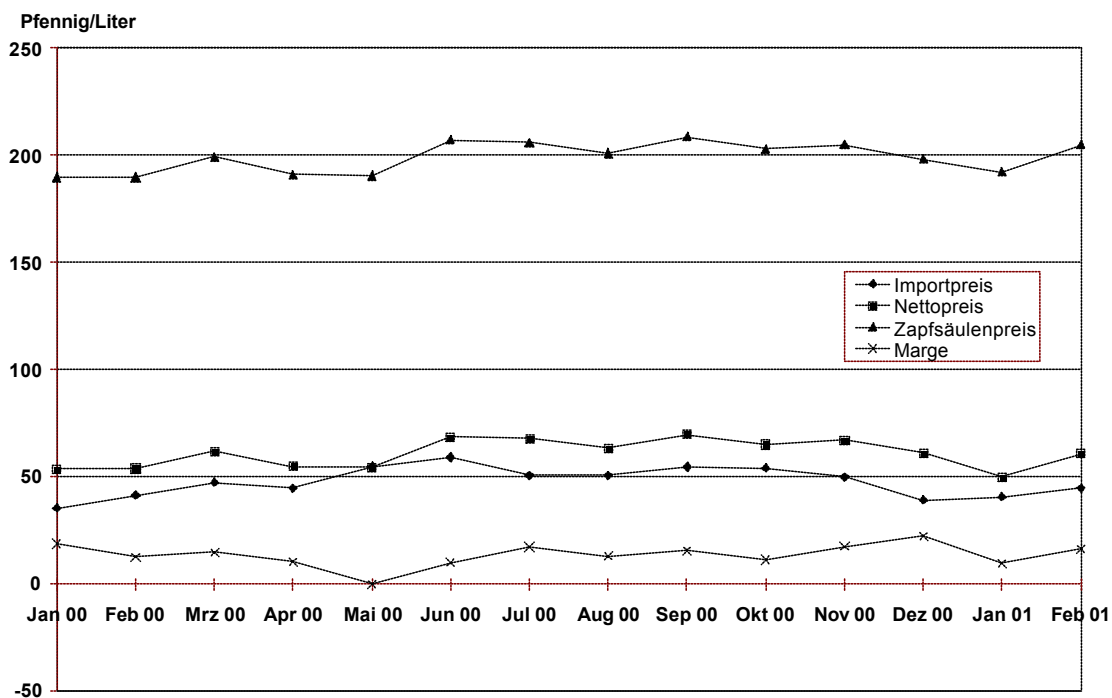
Ab diesem Zeitpunkt ist die reale Marge leicht zurückgegangen, nachdem sie über die gesamten Jahre davor um einen Wert von 15 Pfennig nur geringfügig geschwankt hatte. Im Jahr 2000 hat sich der langfristig zu beobachtende Zusammenhang zwischen Importpreis und Nettopreis verändert: der deutsche Tankstellenpreis entwickelte sich nicht mehr im Gleichklang mit dem vom Weltmarkt bestimmten Importpreis. Die Marge brach drastisch ein und kehrte erst Ende des Jahres auf frühere Werte zurück. Offensichtlich hat der drastische Importpreisanstieg im Jahr 2000 zu ungewöhnlichen Entwicklungen auf dem deutschen Markt geführt.

Der Anstieg der Benzinpreise hatte im Sommer 2000 eine heftige öffentliche Debatte ausgelöst. Unter anderem wurde der Vorwurf laut, die Mineralölkonzerne würden auf Kosten der Autofahrer außergewöhnliche Gewinne realisieren. Im Folgenden soll untersucht werden, ob dieser Vorwurf berechtigt ist und warum es im Jahr 2000 zu den Turbulenzen auf dem deutschen Benzinmarkt kam.

4.2 Das aktuelle Geschehen im Jahr 2000

Abbildung 5 zeigt die Entwicklung des Zapfsäulenpreises, des Nettopreises (Zapfsäulenpreis ohne Steuern), des Importpreises und der Marge (Nettopreis minus Importpreis) für Superbenzin im Jahr 2000.

Abbildung 5 — Preise für Superbenzin im Jahr 2000



Es ist deutlich zu erkennen, dass das langfristige Muster, in dem der Nettopreis den Bewegungen des Importpreises folgt, in diesem Jahr unterbrochen worden ist. Im ersten Halbjahr hat der deutsche Nettopreis weniger stark zugenommen als der Importpreis. Zwischen April und Mai war sogar eine Stagnation des Nettopreises zu beobachten, obwohl der Importpreis gestiegen war. Damit einher

ging ein drastischer Verfall der Marge, wie er in den vergangenen zehn Jahren nicht zu beobachten gewesen ist. Erst im zweiten Halbjahr stellte sich der langfristige Zusammenhang zwischen Importpreis und Nettopreis wieder ein, so dass die Marge wieder auf ihre vorheriges Niveau zurückkehrte.

Vermutlich ist die kurzfristige Abkopplung des deutschen Benzinpreises vom Weltmarktpreis während des Weltmarktpreisanstiegs im Frühjahr 2000 Ausdruck strategischen Verhaltens der integrierten Mineralölkonzerne. Die Konzerne scheinen versucht zu haben, die freien Anbieter aus dem Markt zu drängen, indem sie bei Lieferungen an eigene und freie Tankstellen Preisdifferenzierung betrieben haben.

Der Importpreis, der schon seit Anfang 1999 einen steigenden Trend aufwies, war im ersten Halbjahr 2000 nochmals kräftig gestiegen. Dies war auf einen Anstieg des Rohölpreises, aber auch auf die Entwicklung auf dem amerikanischen Benzinmarkt zurückzuführen. In den USA hatte man auf einen fallenden Ölpreis spekuliert und deshalb die Lagerbestände zum Frühjahr hin nicht ausreichend aufgestockt, um sich auf die erhöhte Benzinnachfrage im Frühjahr und Sommer vorzubereiten. Die USA waren dann gezwungen, sich auch auf dem europäischen Markt mit Benzin zu versorgen, was den Rotterdamer Spotmarktpreis zusätzlich nach oben trieb.

Es ist zu vermuten, dass die Preise für konzerninterne Importe von Rohöl und Mineralölprodukte nur mit Verzögerung auf den Weltmarktpreisanstieg reagiert haben und dass deshalb die Produktions- bzw. Importkosten der Raffinerien noch eine Zeitlang unter dem gestiegenen Rotterdamer Spotmarktpreis lagen.⁵ Dies eröffnete den Konzernen einen strategischen Spielraum, innerhalb dessen sie Preisdifferenzierung bei Lieferungen an konzernerneigene und freie Tankstellen betreiben konnten.

Dass eine solche Preisdifferenzierung tatsächlich stattgefunden hat, geht aus einem Beschluss des Bundeskartellamtes vom 9. August 2000 (Bundeskartellamt

⁵ Der durchschnittliche Importpreis beruht auf den offiziellen Preisangaben, die die Importeure, seien es integrierte Konzerne oder freie Händler, bei der Einfuhr von Mineralölprodukten für den Zoll machen müssen. Demnach müsste der durchschnittliche Importpreis auch den konzerninternen Importpreis widerspiegeln. Es ist jedoch anzunehmen, dass nach der Deklaration beim Grenzübertritt konzerninterne Korrekturen vorgenommen werden.

2000) hervor. Im März und April 2000 waren beim Bundeskartellamt Beschwerden mittelständischer Tankstellenbetreiber eingegangen, die den Mineralölkonzernen vorwarfen, für ihre Lieferungen Preise zu verlangen, die über den Endverbraucherpreisen an den konzerneigenen Tankstellen liegen. Das Kartellamt stellte fest, dass es im März und April und immer noch bzw. erneut im Mai, Juni und Juli eine Preisschere zwischen den Raffinerieabgabepreisen an Wiederverkäufer (inklusive Erdölbevorratungsabgabe und Mineralölsteuer, zusätzlich eines Frachtkostenzuschlags in Höhe von 1,55 DM/100 Liter, ohne Mehrwertsteuer) einerseits und an Endabnehmer an den konzerneigenen Tankstellen (ohne Mehrwertsteuer) andererseits gegeben hat (vgl. Bundeskartellamt 2000).

Nach Ansicht des Bundeskartellamt war die Preisdifferenzierungsstrategie dazu geeignet, den Markt zu bereinigen. Es wurde die „... Gefahr einer nachhaltigen Beeinträchtigung der strukturellen Voraussetzungen für wesentlichen Wettbewerb ...“ gesehen, „... weil die wiederkehrenden Preisscheren zu einer Existenzbedrohung der mittelständischen Tankstellenbetreiber führen.“ (Bundeskartellamt 2000: 21).

In der Tat haben die freien Tankstellenbetreiber in einer solchen Situation nur die Wahl, entweder ihre Einstandskosten an den Zapfsäulenpreis weiterzugeben und dadurch Marktanteile zu verlieren, und zwar nicht nur im Treibstoffgeschäft sondern gleichzeitig im Service- und Shopgeschäft, oder einen ebenso niedrigen Zapfsäulenpreis wie die konzerneigenen Tankstellen zu verlangen und dadurch mit jedem verkauften Liter einen Verlust zu machen. Die zumeist mittelständischen Unternehmen können Verluste häufig nicht durch Rücklagen oder durch Gewinne in anderen Geschäftsbereichen ausgleichen. So oder so würden sie mittelfristig aus dem Markt gedrängt werden.

Die Gewinnsituation der freien Tankstellenbetreiber spiegelt sich in der in Abbildung 5 dargestellten Marge wider: Für die Lieferungen der Raffinerien zahlen sie den auf dem Rotterdamer Spotmarktpreis beruhenden Importpreis; an der Zapfsäule können sie keinen Nettopreis verlangen, der über dem Durchschnitt liegt. Im Mai war die Preisschere zwischen Raffinerieabgabepreisen an freie Tankstellen und Zapfsäulenpreisen an den konzerneigenen Tankstellen so weit geöffnet, dass sich eine negative Marge von -0,3 Pfennig ergab.

In der Argumentation gegenüber der Öffentlichkeit wird die hier dargestellte Marge auch von den Mineralölkonzernen immer wieder als Indiz für ihre schlechte Gewinnsituation herangezogen. Sie argumentieren, dass es ihnen aufgrund des harten Konkurrenzkampfes am Tankstellenmarkt nicht möglich sein, eine ausreichende Marge zu erzielen. Dazu ist anzumerken, dass die Konzerne ihre Gewinne ohnehin nicht auf der Einzelhandelsebene (Tankstelle), sondern auf der Großhandelsebene (Raffinerie) bzw. im Rohölbereich erzielen. Deshalb hängt ihre Gewinnsituation von der Relation zwischen Rohölkosten, Raffineriekosten und Rotterdamer Spotmarktpreis ab. In Zeiten eines Spotmarktpreisanstiegs, wie er im ersten Halbjahr 2000 zu beobachten war, liegen die Raffineriekosten wegen der verzögerten Weitergabe des Weltmarktpreisanstiegs an die konzerninternen Preise unter dem offiziellen durchschnittlichen Importpreis. In solchen Zeiten kann man von der Marge, wie sie in Abbildung 5 dargestellt ist, nicht auf die tatsächliche Gewinnsituation der Konzerne schließen. Die Marge, die für das an den konzerneigenen Tankstellen verkaufte Benzin relevant wäre, ergäbe sich aus der Differenz zwischen dem Nettopreis an der Zapfsäule und den tatsächlichen Produktionskosten der Raffinerien, über die es keine systematischen Informationen gibt. Im Frühjahr und Sommer 2000 war die offizielle Marge nicht deshalb gering, weil – wie die Konzerne argumentieren – eine höhere Marge am Markt nicht zu erzielen war, sondern weil die Konzerne durch die Politik niedriger Zapfsäulenpreise an den eigenen Tankstellen und hoher – den Spotmarktpreisen entsprechenden – Raffinerieabgabepreise an mittelständische Tankstellen die Reduktion der Marge selbst ausgelöst haben.

Langfristig reagieren die Preise für konzerninterne Lieferungen von Rohöl und Mineralölprodukten auf den Anstieg der Weltmarktpreise und die Konzerne haben keinen Spielraum mehr für eine Preisdifferenzierungsstrategie. Es ist deshalb anzunehmen, dass die Konzerne diese Strategie nach einigen Monaten auch ohne das Eingreifen des Bundeskartellamtes aufgeben hätten.⁶

Zum Ende des Jahres 2000 – als eine Abschwächung der globalen Konjunktur einsetzte – entspannte sich die Situation auf dem Weltmarkt und der Spotmarktpreis ging leicht zurück. Jedoch fielen die Weltmarktpreise für Rohöl und Mine-

⁶ Das Kartellamt wollte mit seiner Entscheidung gleichwohl einer Wiederholung – die bei einem erneuten Anstieg des Spotmarktpreises eintreten kann – vorbeugen.

ralölprodukte nicht mehr auf die Werte von vor 1999. Noch immer befinden sich die Lagerbestände von Rohöl und Mineralölprodukten auf historischen Tiefständen. Obgleich ein weniger starkes Wachstum der Weltkonjunktur prognostiziert wird und die Opec versucht, ihre Förderquoten zu reduzieren, sind die Rohölpreise noch nicht wieder auf das Durchschnittsniveau der neunziger Jahre gefallen. Die offizielle Marge auf dem deutschen Benzinmarkt ist jedoch wieder auf die Werte vom Anfang des Jahres 2000 gestiegen, was als Indiz dafür gewertet werden kann, dass die Mineralölkonzerne ihre Marktberaumigungsstrategie aufgegeben haben.

Die Anpassung des deutschen Mineralölmarktes an den Weltmarktpreisanstieg des Jahres 2000 war durch das strategische Verhalten der Mineralölkonzerne geprägt. Der strategische Spielraum bestand jedoch nur, solange sich die konzerninternen Preise noch nicht an die neuen Weltmarktpreise angepasst hatten. Letztendlich, und nicht zuletzt durch die Entscheidung des Bundeskartellamtes, war dieser Zeitraum nicht ausreichend lang, um die Marktstruktur grundlegend zu verändern.

Der Vorwurf, die Mineralölkonzerne hätten auf Kosten der Autofahrer im Jahr 2000 außergewöhnliche Gewinne realisiert, trifft in dieser Form nicht zu. Vielmehr hat die Preisdifferenzierungsstrategie dazu beigetragen, dass der deutsche Zapfsäulenpreis zwischenzeitlich weniger stark angestiegen ist als der Weltmarktpreis. Wäre die Marktberaumigungsstrategie der Konzerne allerdings aufgegangen und ein Teil der freien Anbieter vom Markt verschwunden, so hätte dies möglicherweise langfristig mit Nachteilen für die Konsumenten einhergehen können. Allerdings trifft auch die Aussage der Konzerne nicht zu, sie hätten wegen des starken Wettbewerbs und der Gefahr eines Nachfragerückgangs den Weltmarktpreisanstieg nicht an den Zapfsäulenpreis weitergeben können. Vielmehr haben sie sich bewusst dazu entschieden, um die mittelständischen Anbieter vom Markt zu drängen. Wenn es im Jahr 2000 Verlierer auf dem deutschen Benzinmarkt gab, dann sind es diese mittelständischen Anbieter.

4.3 Mineralöl- und Ökosteuer

Die öffentliche Debatte um die gestiegenen Benzinpreise drehte sich jedoch nicht nur um die Mineralölkonzerne. Auf politischer Ebene – und insbesondere von

den Oppositionsparteien – wurde argumentiert, dass der Preisanstieg zu einem nicht geringen Maße auf die Einführung der Ökosteuer zurückzuführen sei.

Tatsächlich hatte die Ökosteuer jedoch nur einen geringen Anteil am Anstieg der Verbraucherpreise (Zapfsäulenpreis inklusive Steuer).

Zwischen dem 1.1.1990 und dem 31.12.2000 ist der Mineralölsteuersatz für bleifreies Benzin von 57 Pfennig auf 116 Pfennig pro Liter erhöht worden, das sind insgesamt 59 Pfennig (vgl. Abbildung 3). 41 Pfennig dieser Erhöhung waren als Erhöhungen der Mineralölsteuer angelegt: Zum 1.1.1991 wurde der Steuersatz um 3 Pfennig von 57 auf 60 Pfennig angehoben. Die nächste Anhebung erfolgte zum 1.7.1991 und zwar um 22 Pfennig von 60 Pfennig auf 82 Pfennig. Mit dem Aufkommen dieser außergewöhnlich hohen Anhebung sollten Straßenbaumaßnahmen in den neuen Bundesländern finanziert werden. Zum 1.1.1994 wurde die Mineralölsteuer nochmals um 16 Pfennig erhöht. Nur 12 Pfennig – das sind 23 Prozent – gehen auf die bis Ende 2000 eingeführten ersten beiden Stufen der Ökosteuer zurück.

Auch die langfristige Entwicklung der Besteuerung von Benzin ist real nicht so dramatisch wie oft dargestellt wird. Nach der Mineralölsteuererhöhung zu Beginn des Jahres 1994 lag der Mineralölsteuersatz bei 85 Pfennig (gerechnet zu Preisen von 1990). Ende des Jahres 2000 betrug die reale Steuerbelastung von Mineralölsteuer und Ökosteuer zusammen 86 Pfennige, also eine annähernde Konstanz. Erst die dritte Stufe der Ökosteuerreform hebt die Steuerbelastung von Benzin über das Niveau der zweiten Hälfte der neunziger Jahre.

Der Verbraucherpreisanstieg der letzten eineinhalb Jahre ist hauptsächlich auf die Entwicklung des Weltmarktpreises für Benzin und nicht auf die Einführung der Ökosteuer zurückzuführen. Zwischen März 1999 und Juni 2000 stieg der Verbraucherpreis an der Zapfsäule um 43,6 Pfennig. In dieser Zeit stieg der Importpreis um 20,76 Pfennig, der Mineralölsteuersatz jedoch nur um 12 Pfennig.

Legt man 1990 als Basisjahr zugrunde und vergleicht die realen Steuersätze nach der letzten Erhöhung durch die vorige Regierung am 1.1.1994 einerseits und nach der Einführung der zweiten Stufe der Ökosteuer am 1.1.2000 andererseits, so besteht ein Anstieg von 2 Pfennig. Die ersten beiden Stufen der Ökosteuer haben also den realen Steuersatz kaum verändert und lediglich zum Inflationsausgleich

geführt. Der reale Importpreis hingegen stieg zwischen Januar 1994 und Januar 2000 um 12 Pfennig (vgl. Abbildung 4).

4.4 Externe Einflüsse

Die Preiserhöhungen der letzten Wochen an den deutschen Tankstellen haben ohne Steuererhöhung und ohne Rohölpreisänderungen stattgefunden. Die gestiegenen Tankstellenpreise folgen allerdings den Preisen am Rotterdamer Spotmarkt. Die Vorgänge dort haben nur vergleichsweise wenig mit europäischen oder deutschen Faktoren zu tun, sondern sind auch auf die Nachfragesituation in den USA zurückzuführen. So reagieren die Spotmärkte natürlich auf eine Nachfragezunahme wie während der österlichen Reisezeit mit steigenden Preisen. Wichtiger ist allerdings, dass auch der amerikanische Benzinmarkt aus europäischen Raffinerien beliefert wird, weil dort Engpässe in den Raffineriekapazitäten existieren. Diese zusätzliche Nachfrage zeigt sich letztendlich auch an den deutschen Tankstellen in Form höherer Benzinpreise. Dieser internationale Preiszusammenhang wird sich in der Zukunft wahrscheinlich nach verstärken.

5. ZUSAMMENFASSUNG

Die Bestimmungsgründe für die Benzinpreise an den Tankstellen werden kontrovers diskutiert, wobei die meisten Erklärungen zu kurz greifen. Der Wettbewerb an den Tankstellen findet zwischen Markentankstellen, die Teile von integrierten Konzernen sind, und den sogenannten freien Tankstellen statt, die wiederum ihr Benzin auf dem internationalen Markt oder von Raffinerien der integrierten Konzerne beziehen. Damit ergibt sich ein komplexes Bild von Abhängigkeiten und strategischen Interaktionen. Sowohl ökonometrische Analysen als auch die rein statistische Evidenz zeigen eine hohe Wettbewerbsintensität auf dem Markt für Benzin. Die Preise werden, von steuerlichen Eingriffen abgesehen, weitgehend von der Entwicklung am Rotterdamer Markt, d.h. dem Weltmarkt, bestimmt.

Die im Gefolge der Rohölpreisanstiege und der Einführung der Ökosteuer aufgetretenen Turbulenzen auf dem Benzinmarkt im letzten Jahr haben sehr vielschichtige Ursachen. Es gab eine Phase, in der die integrierten Konzerne anscheinend versucht haben, die steigenden Weltmarktpreise zu nutzen, um den Wettbewerb der freien Tankstellen teilweise zurückzudrängen. Dies ist durch das Bundeskartellamt kritisiert worden. Ansonsten sind die Preissteigerungen am Rotterdamer Markt in den letzten Monaten an den Verbraucher weitergegeben worden, einschließlich der Erhöhung der Ökosteuer zum 1.1.2001 um 3 Pfennig. Die saisonalen Preisschwankungen wegen steigender Nachfrage während der Ferienzeiten waren auf einem Markt mit geringen Reserven wahrscheinlich stärker ausgeprägt als in der Vergangenheit. Hinzu kommen auch internationale Angebots- und Nachfrageschocks, die einen weiteren Preisanstieg am Rotterdamer Markt verursacht haben.

Insgesamt sieht es – abgesehen von den Vorgängen im Frühjahr 2000, als die Marge gefallen ist – nicht danach aus, dass der Benzinpreis gezielt beeinflusst wird. Er folgt vielmehr der internationalen Preisentwicklung wie bei vielen anderen Gütern auch.

6. LITERATUR

- Bundeskartellamt (2000). *Bundeskartellamt. 8. Beschlussabteilung. B 8-50500-VH-77/00*. <http://www.bundeskartellamt.de/kartell.html>.
- Diederichs, H. (1984). Die Preisbildung für Mineralölprodukte in der Bundesrepublik Deutschland. *Zeitschrift für Energiewirtschaft* 8(3): 204-214.
- Drescher, K., K. McNamara (2001). Market Power in Regional Retail Gasoline Markets? An Empirical Analysis. In: *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik* 221(1): 1-13
- FAZ (2000). Dea und BP wollen ihr Tankstellennetz zusammenfassen. 20. September.
- Kirchgässner, G., K. Kübler (1992). Symmetric or Asymmetric Price Adjustments in the Oil Market. An Empirical Analysis of the Relations between International and Domestic Prices in the Federal Republic of Germany, 1972-89. *Energy Economics* 14(3): 171-185.
- Lanza, A. (1991). *Speed of Adjustment and Market Structure: A Study of the Gasoline Market in Germany*. Oxford Institute for Energy Studies.
- Mineralölwirtschaftsverband (MWV) (2000). *Mineralöl-Zahlen 1999*. Hamburg.
- Schiffer, H.-W. (2001). Deutscher Energiemarkt 2000. *Energiewirtschaftliche Tagesfragen* 51(3): 106-120.
- Schürmann, H.J. (1984). Konsolidierung der Ölmärkte? – Anmerkungen zu einer Studie. In: *Zeitschrift für Energiewirtschaft* 8(1): 43-52.